

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

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:

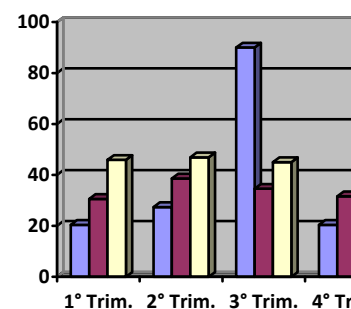
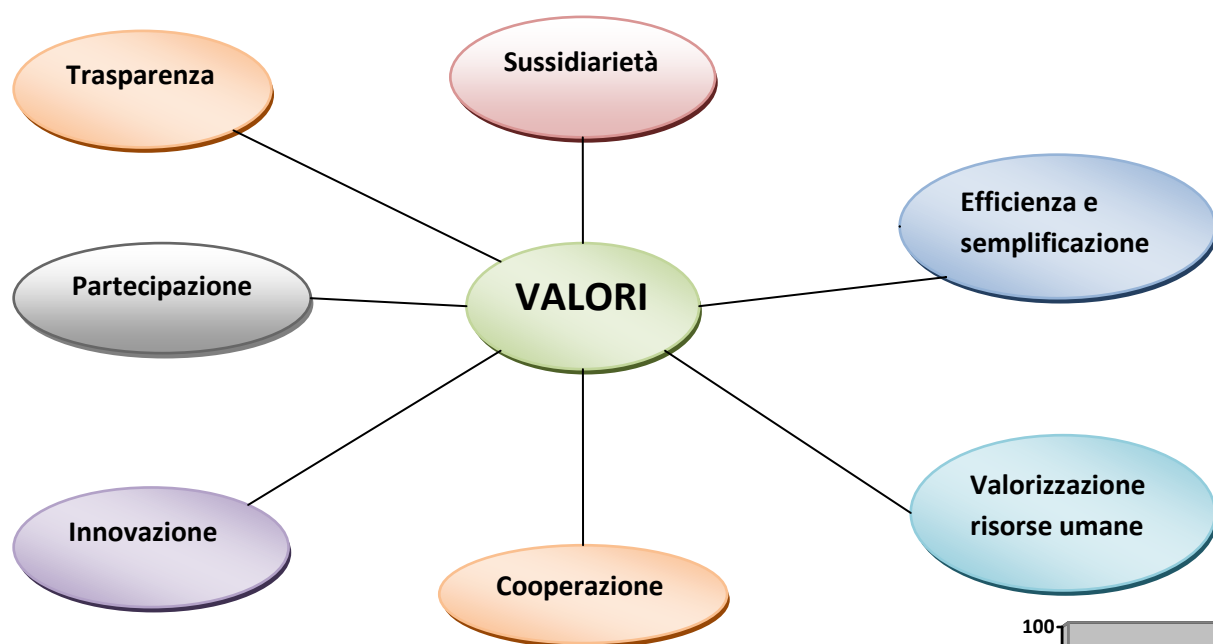
- **Qualità**
- **Innovazione**
- **Formazione**

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

- **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 di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

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 Strategici in materia di trasparenza
- 3.7 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 di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

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

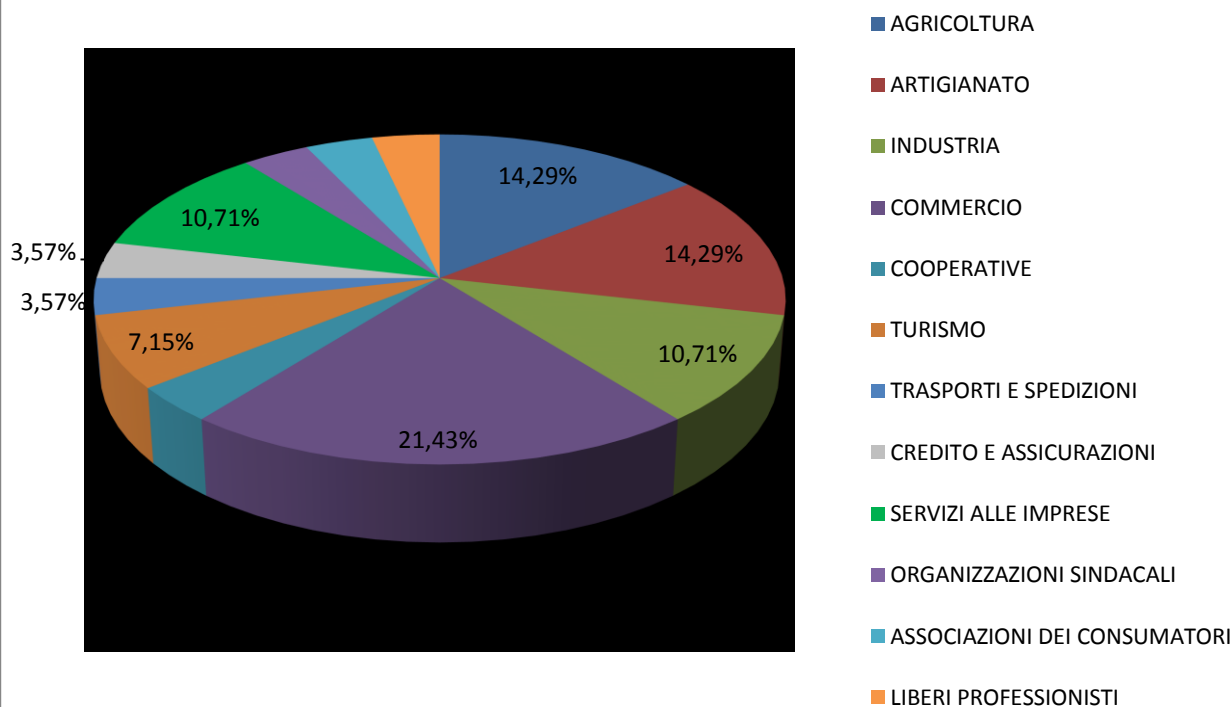
1.1 Chi siamo

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 28 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.

RAPPRESENTANZA SETTORI ECONOMICI NEL CONSIGLIO CAMERALE

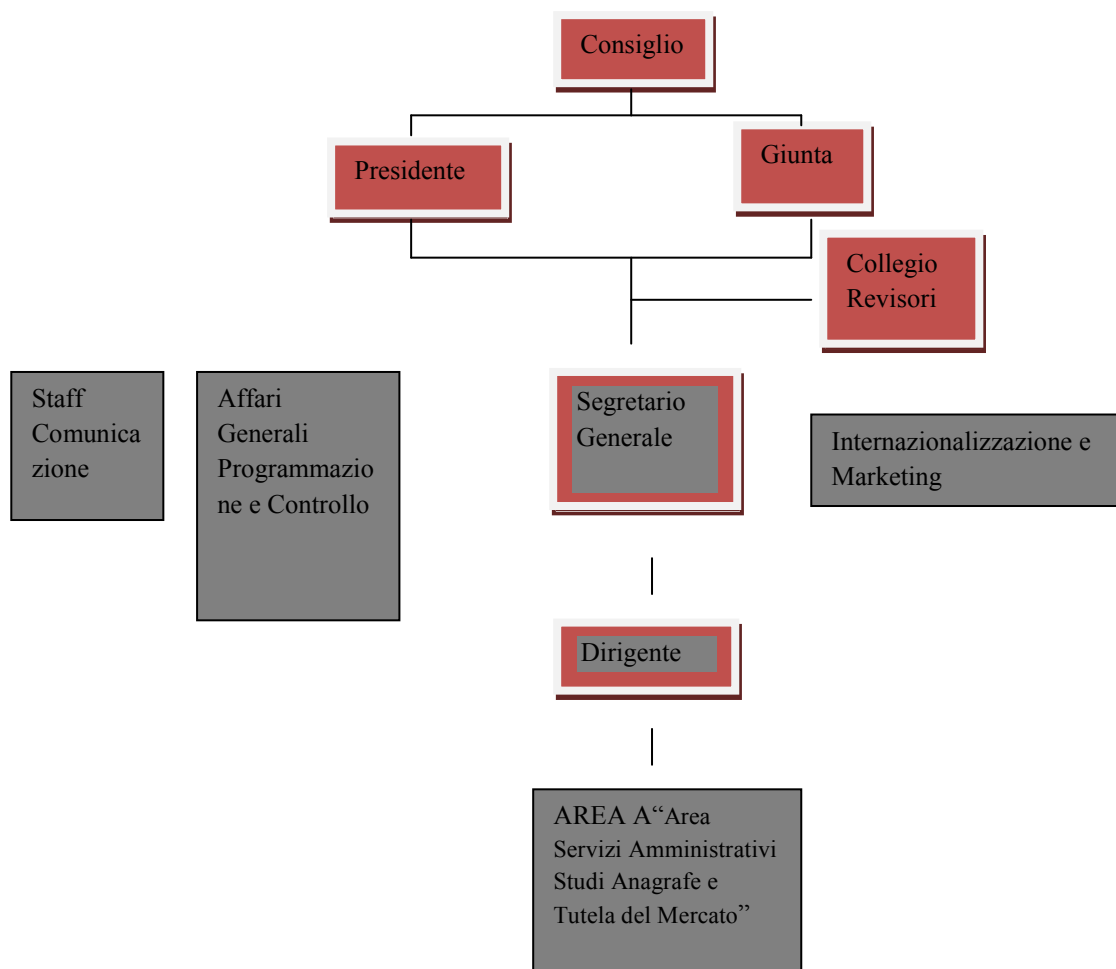


CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

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 “Servizi Amministrativi Studi Anagrafe e Tutela 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;
- Attività di promozione e informazione economica: sostegno alle imprese, promozione dello sviluppo economico e monitoraggio, studio e analisi dei dati sull'economia locale;

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

- 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.

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, 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";

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

- 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 8.45 alle ore 13.00

Martedì: dalle ore 15.30 alle ore 16.45

Giovedì: dalle ore 8.45 alle ore 16.45

Azienda speciale Ce.F.A.S:

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

Il profilo qualitativo del personale

Tabella 1

Camera di Commercio	Dirigenti	1
	Impiegati	59
	Totale	60
CeFAS		6

(fonte: Ufficio Personale C.C.I.A.A. di Viterbo)

Tabella 2

Ripartizione del personale per profilo professionale			
CCIAA	Impiegati	Profilo A	2
		Profilo B	1
		Profilo C	37
		Profilo D*	19
	Dirigenti		1
	TOTALE		60

*n. 1 comando di cat. D

(fonte: Ufficio Personale C.C.I.A.A. di Viterbo)

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

Le partecipazioni

Tabella 3

Ragione Sociale	Capitale Sociale	Capitale sottoscritto	Partecipazione %
TUSCIA EXPO SPA	412.800,00	103.200	25%
CENTRO AGROALIMENTARE VITERBO SRL	255.000	38250	15%
RETECAMERE SCRL	242.356,34	222,70	0,092%
CENTRO CERAMICA CIVITA CASTELLANA SRL	173.095	8.680	5,01%
ISNART SCPA	1.046.500	2.000	0,19%
BMTI BORSA MERCI TELEMATICA ITALIANA SCPA	2.999.795, 44	599,24	0,02%
DINTEC CONSORZIO PER L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA SCRL	551.473,09	1.000,00	0,18%
SISTEMA CAMERALE SERVIZI SRL	1.499.935	3.703	0.247%
NETWORK GLOBALE AGENZIA PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE SCPA	700.000	7.000	1%
INFOCAMERE SCPA	17.670.000	1.162,5	0,0066%
SOCIETA' DI CERTIFICAZIONE AGROQUALITA' S.P.A	1.999.999, 68	3.966,78	0,19%
IC OUTSOURCING S.R.L.	372.0000	14,88	0,004%
JOB CAMERE SCRL	600.000	24,00	0,004%
TECNO SERVICE CAMERE SCPA	1.318.941	100,36	0,0076%

(fonte: Staff Affari Generali Programmazione e Controllo C.C.I.A.A. di Viterbo)

2.2 Mandato istituzionale e missione

▪ 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

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

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.

3. ANALISI DEL CONTESTO

3.1 Il contesto esterno di riferimento

La ricchezza prodotta

Nella seconda metà del 2013, il ciclo economico mondiale ha mostrato un rinnovato vigore (world output: +3% nel 2013), in virtù della situazione economica osservata nei paesi avanzati e delle dinamiche del commercio internazionale. Nell'area dell'euro, il prodotto interno ha osservato una contrazione nel 2013 (-0,4%), in ragione delle difficoltà interne dei paesi mediterranei. Nell'estate 2013, l'Italia ha interrotto la spirale negativa che ormai durava dal III trimestre 2011. L'attività produttiva, tuttavia, dopo il picco di novembre (+0,9%), torna in area negativa a dicembre (-1,2%), anche se le aspettative delle imprese rivelano un miglioramento del clima di opinione, anticipatore della ripresa degli investimenti.

Complessivamente l'Italia nel 2013 ha registrato una flessione del Pil pari a -1,9%; si tratta di una flessione meno severa di quella osservata nel 2012 (-2,4%), ma comunque la peggiore tra i principali paesi partner che testimonia il perdurare di uno stato di debolezza economica.

Nel corso del 2013 la provincia di Viterbo ha registrato una dinamica negativa risentendo dell'andamento recessivo dell'economia italiana; tuttavia, all'interno di un quadro nazionale di forte criticità, occorre evidenziare una maggiore tenuta del sistema economico locale per la minore sensibilità rispetto a quanto mediamente avviene nelle altre aree del Paese al ciclo dell'economia nazionale.

Infatti la provincia di Viterbo presenta nel 2013 una sostanziale stabilità in termini correnti del valore aggiunto (+0,1%), con un andamento in linea con la dinamica regionale e differenziandosi dal contesto nazionale nel quale prosegue il processo di contenimento con un valore aggiunto pari a -0,4%.

A livello settoriale si consolida il peso del terziario che nel 2012 contribuisce per il 78% alla produzione di ricchezza, segue l'industria in senso stretto (9,2%) che, nonostante abbia subito un ridimensionamento nel corso degli ultimi anni, risentendo degli effetti della recessione economica, continua ad esercitare un peso di rilievo in alcune aree del territorio, le costruzioni (6,8%) e, infine, l'agricoltura (6,1%).

A tale proposito occorre sottolineare che il peso del settore agricolo risulta particolarmente elevato rispetto alla media nazionale (2%) e regionale (1%), grazie alla presenza di importanti produzioni e coltivazioni di qualità. Inoltre l'agricoltura presenta un importante indotto per l'industria alimentare.

Il mercato del lavoro

Un aspetto particolarmente importante nell'analisi economica di un territorio è rappresentato dalle caratteristiche e dalle dinamiche demografiche, per gli effetti in termini di domanda di beni e servizi e di capacità produttiva.

La provincia di Viterbo è composta da poco più di 315 mila abitanti all'interno di un sistema di realtà locali altamente frammentato.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

Accanto ad una elevata frammentazione territoriale si evidenzia una maggiore anzianità della popolazione come risulta dall'osservazione degli indicatori di struttura demografica.

Particolarmente elevati risultano infatti l'indice di dipendenza degli anziani e l'indice di vecchiaia, mentre contenuto è quello di dipendenza dei giovani, indicatori che mostrano una realtà con una forte presenza di anziani ed una più bassa di giovani.

A conferma di ciò la popolazione con 0-14 anni rappresenta appena il 12,7% (a fronte del 13,9% regionale) mentre quella con 65 e oltre il 22,3% (contro il 20,7% del Lazio).

Particolarmente elevato è anche l'indice di struttura che indica il grado di invecchiamento della popolazione attiva essendo costituito dal rapporto tra la popolazione di 40-64 anni e quella con 15-39 anni.

Un effetto dell'elevata età media e dell'alta concentrazione di popolazione con età anziana è la presenza di un saldo naturale fortemente negativo nel corso degli ultimi cinque anni (-3,5% nel solo 2012) che sta portando ad un graduale ridimensionamento della popolazione di cittadinanza italiana.

In forte crescita risulta, invece, la popolazione straniera, che rappresenta l'8,4% di quella complessiva.

Il mercato del lavoro locale ha risentito degli effetti della crisi economica registrando, a partire dal 2011, un graduale ridimensionamento, con il numero di occupati sceso di 4 mila unità, passando da 116,9 mila a 112,8 mila. La dinamica complessivamente negativa del mercato del lavoro, si riflette sui diversi indicatori, con il tasso di occupazione che scende dal 2009 al 2013 dal 54,2% al 52,8% mentre quello di disoccupazione sale dall'11,7% al 15,6% nel quinquennio considerato.

All'interno del mercato del lavoro è possibile osservare i dati e le dinamiche relative alla componente femminile, categoria professionale che nel corso degli anni è risultata in Italia penalizzata rispetto agli uomini adulti. Le differenze appaiono evidenti se si considera che a Viterbo, l'occupazione maschile (61,2%) supera in maniera considerevole quella femminile (44,4%), frutto di un sistema che tende a sfavorire la componente femminile e che non incentiva, insieme ad altri fattori, l'inserimento delle donne nel mercato del lavoro.

In questo contesto occorre evidenziare come le differenze di genere registrate nella provincia di Viterbo riflettano una situazione ampiamente diffusa su larga parte del territorio regionale e nazionale.

Il sistema imprenditoriale

Il sistema imprenditoriale della provincia di Viterbo presenta alcune peculiarità e caratteristiche che lo rendono diverso dal resto della regione e del territorio nazionale.

Il primo aspetto da evidenziare è la elevata frammentazione del tessuto produttivo, legata alla spiccata vocazione imprenditoriale, alla carenza di medie e grandi imprese e alle vocazioni del territorio.

Il settore più rappresentativo è quello dell'agricoltura, dove si concentrano quasi 11,8 mila imprese attive, grazie alle numerose coltivazioni e produzioni di qualità che offre il territorio,

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

seguito dal commercio (quasi 7,8 mila), dalle costruzioni (4,9 mila) e con scarti più ampi dal manifatturiero (quasi 2 mila imprese attive). Al di là di questi macro settori, occorre ricordare i numerosi comparti del terziario, tra i quali spicca la ricettività turistica (1,9 mila imprese), seguita con oltre 500 imprese dalle agenzie di viaggio, le imprese di noleggio e i servizi a supporto delle imprese, dalle attività immobiliari, dalle attività professionali e scientifiche, dalle imprese di trasporto e magazzinaggio, e da quelle finanziarie e assicurative.

Nel complesso, analizzando gli andamenti relativi all'ultimo quinquennio, appare evidente la graduale riduzione del peso dei settori produttivi, ossia dell'agricoltura e del manifatturiero, a favore di quello dei servizi, come nel caso del commercio, della ricettività turistica, delle attività di intrattenimento e di alcune attività appartenenti al cosiddetto terziario avanzato, come nel caso delle attività immobiliari, professionali/scientifiche e di quelle a supporto delle imprese, percorso che mette in luce come la provincia di Viterbo, al di là della crisi economica, abbia avviato un processo di terziarizzazione dell'economia locale, in linea con quanto registrato a livello regionale e nazionale.

Nel corso degli ultimi anni si è registrato un graduale e costante mutamento del sistema produttivo, con le imprese sempre più orientate a costituirsi o trasformarsi in società con una forma giuridica più strutturata, come le società di capitali rispetto alle più semplici e "snelle" ditte individuali o società di persone.

Tale processo, è risultato nella provincia di Viterbo particolarmente marcato.

A conferma di ciò, nel viterbese, nel corso degli ultimi cinque anni, il tasso di variazione medio annuo è risultato pari al 4,9% per le società di capitali (a fronte del 2% nel Lazio e del 2,1% in Italia) e al 5,8% per quelle che rientrano sotto la denominazione di "altre forme" (rispetto al 3,4% nel Lazio e al 2,4% in Italia), tra le quali rientrano i Consorzi e altre forme di aggregazione.

In direzione opposta il tasso di variazione è risultato negativo per le ditte individuali e le società di persone che hanno registrato in media annua una riduzione pari rispettivamente all'1,4% e allo 0,7%

Nonostante tale processo il sistema imprenditoriale provinciale risulta ancora composto prevalentemente dalle ditte individuali che rappresentano, in termini numerici, il 72,1% del sistema imprenditoriale, un valore superiore alla media regionale (55,9%) e nazionale (61,7%); tale caratterizzazione è legata, in larga misura, alla forte vocazione agricola, settore che tende ad utilizzare quasi esclusivamente questa forma societaria. La seconda forma giuridica più diffusa, anch'essa in diminuzione, è quella delle società di persone (14,7%), seguita dalle società di capitali (10,9%) che rispetto al 2009 aumentano di 2,1 punti percentuali, e, infine, dalle altre forme che, nonostante il forte aumento, continuano a presentare un peso secondario (2,4%).

Il commercio estero

In un contesto di debolezza della domanda interna, un sostegno alla produzione delle imprese locali deriva dalle esportazioni che trovano beneficio dalla presenza di mercati stranieri fortemente dinamici. Se si esclude il 2009, nel corso dell'ultimo quinquennio le esportazioni nella provincia di Viterbo hanno registrato un andamento complessivamente positivo, segnando un incremento nel 2010 (+17,8%), nel 2012 (+19,8%) e nel 2013 (+5,1%), e una flessione nel

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

solo 2011 (-6,5%); tale positivo andamento ha in parte contenuto gli effetti della crisi economica sull'economia locale. In questo contesto occorre tuttavia precisare come la provincia di Viterbo, a forte connotazione terziaria, non presenti una elevata apertura verso i mercati esteri ed una spiccata propensione per l'esportazione. Il rapporto tra le esportazioni e il valore aggiunto, che segna la propensione all'esportazione, misurando in qualche misura il contributo dei mercati stranieri alla produzione di ricchezza del territorio, risulta a Viterbo pari ad appena il 5,5%, valore ampiamente inferiore al già modesto 11,5% regionale per non parlare del confronto con la media nazionale (27,8%).

Più altalenante è l'andamento delle importazioni.

Focalizzando l'attenzione sull'ultimo anno si rileva una dinamica positiva dell'export (+5,1%) e dell'import (+10,8%) che sembra evidenziare, se confermata nei prossimi anni, una crescente internazionalizzazione delle imprese del territorio con una maggiore apertura dell'economia locale alle opportunità offerte dai mercati stranieri.

Per l'export dell'anno 2013 i settori di attività prevalenti e le dinamiche rispetto all'anno 2012 evidenziano una contrazione delle vendite all'estero per i minerali non metalliferi (33,1%) per effetto principalmente dei prodotti in porcellana e ceramica (23,9%), legati alle produzioni concentrate nel distretto di Civita Castellana.

Molto importante è anche la filiera agro-alimentare, con le esportazioni sia dei prodotti agricoli (14,1%), grazie alle produzioni di qualità del territorio, sia dell'industria alimentare (12,9%), all'interno della quale si rileva un peso maggiore per la frutta e gli ortaggi lavorati e conservati (7,8%). Tra gli altri settori si rileva un buon contributo alle esportazioni da parte del tessile, abbigliamento e pelli (18,1%), grazie alla vendita essenzialmente di capi di abbigliamento (14,5%), mentre un ruolo decisamente minore è esercitato dagli altri comparti produttivi.

Se si esclude la filiera agro-alimentare che subisce nel corso del 2013 una contrazione (-15,2% per l'agricoltura e -17,4% per l'industria alimentare), gli altri principali comparti delle esportazioni registrano una crescita, che risulta particolarmente marcata per gli articoli di abbigliamento (+92,1%) e più contenuta per i prodotti in ceramica e porcellana (+8,5%).

Il credito

Il sistema del credito costituisce un importante fattore di sviluppo che può contribuire ad aumentare o a rallentare la crescita economica di un territorio, per questo motivo è importante evidenziare l'andamento delle principali variabili, quali i depositi e gli impieghi bancari, la rischiosità del credito e il costo del denaro.

Nella provincia di Viterbo, al pari di quanto avvenuto in Italia, i depositi bancari hanno registrato negli ultimi anni una costante crescita, +3,8% nel 2012 e +3,5% nel 2013.

Il principale soggetto "finanziatore" del sistema bancario è rappresentato dalle famiglie che detengono l'86,1% delle risorse bancarie, seguite dal 12,2% delle imprese, i cui depositi sono generalmente finalizzati alla gestione corrente, e dall'1,7% degli altri settori.

Diversamente dai depositi, gli impieghi bancari registrano nella provincia di Viterbo un graduale ridimensionamento, seguendo una dinamica che ha caratterizzato l'economia nazionale.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

Tra il 2011 e il 2013 l'ammontare dei finanziamenti del sistema bancario ha subito una riduzione dell'1,2% nel 2012 e del 2,5% nel 2013. La riduzione dei finanziamenti è stata accompagnata da un incremento delle sofferenze che denota un graduale aumento della rischiosità del credito, legata alle difficoltà delle imprese e delle famiglie a far fronte agli impegni finanziari assunti. L'aumento delle sofferenze è un fenomeno che in questi anni non ha conosciuto soste, registrando un +16,7% nel 2012 e +5,5% nel 2013, dato inferiore a quello registrato a livello nazionale (+14,8%).

Quadro congiunturale regionale 3° trimestre 2014

Nel terzo trimestre 2014 il quadro complessivo delle imprese analizzate sembra essersi nuovamente deteriorato.

Sebbene le aziende che indicano di trovarsi in una fase di crescita siano passate dal 3,3% del secondo trimestre al 6% la situazione non è migliorata in quanto il numero delle imprese che si trovano in una fase di ridimensionamento delle proprie attività si è considerevolmente ampliato passando dal 36,8% di qualche mese fa al 46,9%.

L'ampliamento del numero delle imprese in difficoltà si traduce in una flessione piuttosto marcata rispetto ai trimestri precedenti, sia del fatturato che degli ordini, stimati in calo nell'ultimo trimestre, entrambi del 4,1%; anche l'occupazione risulta in flessione (-0,7%).

Tra le classi dimensionali, le imprese di minore dimensione (1-15 addetti) sono quelle maggiormente penalizzate dal ridimensionamento (oltre il 48%), mentre a livello settoriale risultano maggiormente colpite dalle difficoltà le imprese operanti nell'edilizia (50,2%), nel commercio (46,3%) e nei servizi (49,4%).

Le esportazioni appaiono la variabile con una dinamica più vivace: nel corso del terzo trimestre, infatti, circa il 30% delle imprese agricole e di quelle manifatturiere ha indicato un incremento delle vendite all'estero. Tuttavia occorre tenere presente che una quota di imprese altrettanto elevata ha dichiarato di avere ridotto il livello dell'export.

Nell'ultimo trimestre gli investimenti delle imprese si mantengono sui livelli contenuti negli ultimi anni, ma non sembrano avere subito un drastico ridimensionamento.

Il mancato miglioramento del quadro complessivo, atteso da molti imprenditori nel terzo trimestre del 2014, si accompagna alla diffusa lamentela di alcune problematiche connesse alla gestione dell'azienda. Risultano più diffusi che nei trimestri precedenti le difficoltà di recupero dei crediti commerciali (65,5%), la scarsità di risorse liquide per la gestione ordinaria (69,6%) e, per quasi un'impresa su tre, la persistenza di rapporti problematici con le banche di riferimento.

Per l'ultima parte dell'anno il clima di fiducia risulta in evidente deterioramento, annullando i timidi miglioramenti che sembravano essersi manifestati nei primi sei mesi. Sono poche le imprese che prevedono un miglioramento della situazione. Solo il 48,3 del campione analizzato (1200 imprese) vede in modo positivo la posizione della propria azienda nei prossimi mesi ed appena il 36% ritiene che le condizioni economiche del Paese miglioreranno a breve.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

Il quadro normativo di riferimento: Riforma del Sistema e conseguenze sulla mission del sistema camerale

Il quadro normativo attuale in cui si sta delineando la riforma complessiva del sistema camerale i cui elementi distintivi sono riconducibili principalmente alla ridefinizione delle circoscrizioni territoriali, al ridisegno delle competenze e al progressivo taglio del diritto annuale, dal 35%, al 40% per arrivare, a regime, al 50%, impone un profondo rinnovamento della mission del sistema camerale in tutte le sue articolazioni, sia a livello nazionale che a livello locale.

In modo particolare il prossimo triennio sarà caratterizzato da profondi cambiamenti, spesso radicali, delle attività e dei programmi camerali che dovranno essere riorientati in funzione delle competenze delle nuove Camere di Commercio.

In questo complesso quadro di riferimento è necessario ripensare il ruolo della Camera di Commercio.

Si dovrà tendere verso un modello di Amministrazione dinamica, propositiva, efficiente, al servizio delle imprese, che va incontro alle imprese e ai loro fabbisogni, con l'obiettivo di diventare l'istituzione di riferimento, il Punto Unico di Contatto, per la nascita e la crescita delle imprese.

Questo nuovo modello dovrà prevedere anche nuove modalità e strumenti di comunicazione, superando la consueta modalità istituzionale di contatto con le imprese, sviluppando un approccio personalizzato, basato anche sull'utilizzo delle tecnologie digitali.

In una situazione di scarsità di risorse è inoltre necessario intraprendere percorsi volti ad una ulteriore razionalizzazione della spesa pubblica e all'efficientamento partendo dall'esercizio in forma associata di alcune funzioni amministrative, l'implementazione delle forme di automazione dei servizi, la prosecuzione di politiche di gestione finalizzate alla riduzione degli oneri di funzionamento ed in particolare di quelli collegati alle spese di cancelleria e postali.

3.2 Analisi del contesto interno

La struttura organizzativa della Camera

L'anno 2015 sarà caratterizzato dalla conservazione della struttura organizzativa varata nell'anno 2014 a seguito alla cessazione dal servizio per raggiunti limiti di età del Dirigente dell'Area Anagrafico-Certificativa. La normativa vigente non consente infatti all'Ente camerale di procedere alla copertura del posto vacante tramite l'indizione di un bando a tempo indeterminato o mediante il ricorso ad incarichi a tempo determinato.

Il contesto normativo rende inoltre sempre più limitata la possibilità di avvalersi di forme di lavoro flessibile per far fronte ad esigenze organizzative, modalità di cui l'Ente si è avvalso in questi ultimi anni. E' da ipotizzare, nel corso del prossimo triennio, la copertura dei posti vacanti in dotazione organica tramite ricorso a procedure di comando/mobilità ed il ricorso a forme di lavoro flessibile per fare fronte ad esigenze di carattere temporaneo o eccezionale che dovessero manifestarsi nel rispetto delle previsioni normative in materia.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

Tale contesto inevitabilmente incide sugli obiettivi che l'Ente si prefigge di raggiungere e richiede alla Dirigenza una particolare oculatezza nelle scelte gestionali e finanziarie al fine di mantenere elevati standard di qualità ed efficienza.

La struttura organizzativa è dunque ispirata a logiche di razionalizzazione, dinamicità ed organicità con l'obiettivo di garantire livelli di efficienza ed efficacia all'azione dell'Ente, tenendo conto del contesto istituzionale e normativo di riferimento

Nell'unica Area organizzativa (A) sono accorpate le funzioni Anagrafico – Certificate, Amministrativo Contabile, Studi e Regolazione del Mercato, mentre gli uffici di Staff sono posti sotto la diretta conduzione del Segretario Generale

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: Affari Generali, Programmazione e Controllo, Internazionalizzazione e Marketing, Ufficio Stampa.

Il Dirigente nell'Area di competenza espleta le seguenti funzioni, attuando, nella logica delle responsabilità diffusa, deleghe di firma e attribuendo responsabilità dei procedimenti ai responsabili dei servizi:

- 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.

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

- Definizione di indicatori gestionali e di monitoraggio dei processi e redazione di una rendicontazione trimestrale;
- Definizione degli indicatori strategici e monitoraggio degli stessi con cadenza annuale;
- 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, indagini di customer satisfaction;

- 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

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

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.cefias.org, www.sprintuscia.it, www.tusciawelcome.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:

- Miglioramento della qualità ed interoperabilità dei siti internet;

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

- Realizzazione delle riviste camerali: Tuscia economica con invio telematico quindicinale

Nella rivista ***Tuscia economica*** sono descritti i servizi camerali e le principali iniziative poste in essere dall'Ente e dalle altre Pubbliche Istituzioni Locali e Regionali e vengono fornite informazioni su modifiche legislative di interesse per il sistema delle imprese della provincia.

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

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

Le risorse umane

La dotazione organica della Camera di Commercio di Viterbo prevede n. 65 unità secondo la seguente articolazione:

Tabella 4

CATEGORIA	DOTAZIONE ORGANICA	POSTI COPERTI	POSTI VACANTI
Dirigenziale	2	1	1
D3 tempo pieno	4	4	0
D3 tempo parziale non inf. al 33,33%	1	1	0
D1 tempo pieno	16	14	2
C tempo pieno	38	37	1
C tempo parziale non inf. 60%	1	0	1
B3 tempo pieno	1	1	0
A tempo pieno	2	2	0
TOTALI	65	60	5

(fonte: Ufficio Personale C.C.I.A.A. di Viterbo)

Il personale in servizio, compreso il Segretario Generale, è pari a 60 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 l'Ente ha fatto ricorso a procedure di mobilità e all'utilizzo di contratti di lavoro flessibile.

Per l'anno 2014, in particolare, sono stati utilizzate complessivamente 2 unità di personale per 6 mesi l'una e 9 mesi l'altro con contratto di somministrazione.

Per l'anno 2015 è previsto il ricorso a forme di lavoro flessibile solo per fare fronte ad esigenze di carattere temporaneo o eccezionale che dovessero manifestarsi nel rispetto delle previsioni normative in materia.

Il piano occupazionale del triennio 2014-2016 prevede la copertura di ulteriori posti vacanti mediante procedure da definire in sede di piano occupazionale annuale, sulla base delle esigenze operative e nel rispetto dei limiti assunzionali, nonché il ricorso a forme di lavoro flessibile per fare fronte ad esigenze di carattere temporaneo o eccezionale che dovessero manifestarsi.

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 una 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

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

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.

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

Tabella 5

Dati generali sulla gestione del personale interno	
	Anno 2013
Quota media di retribuzione (euro)	35179,26
Quota media di produttività (euro)	3772,58
N. progressioni orizzontali	0
N. richieste di trasferimento ad altre amministrazioni	0

(fonte: Ufficio Personale C.C.I.A.A. di Viterbo)

Il benessere organizzativo

L'ultima indagine sul benessere organizzativo nell'Ente camerale risale all'anno 2013.

L'indagine, secondo quanto previsto dall'articolo 14, co. 5, del D.Lgs. 150/2009 e s.m.i., è curata dall'Organismo Indipendente di Valutazione al fine di rilevare il livello di benessere organizzativo e il grado di condivisione del sistema di valutazione nonché la rilevazione della valutazione del proprio superiore gerarchico da parte del personale, e ne riferisce alla Ci.VIT, ora Dipartimento della Funzione Pubblica.

L'anno 2014 è stato caratterizzato da una prolungata assenza dell'Organismo Indipendente di Valutazione che, cessato dalla carica ad aprile, è stato rinnovato soltanto a seguito di procedura selettiva conclusasi alla fine del mese di luglio.

Per effetto del prolungarsi dei tempi di risposta da parte del Dipartimento della Funzione Pubblica cui compete esprimere parere circa la congruità del profilo selezionato rispetto ai dettami della normativa vigente, l'attuale Organismo Indipendente di Valutazione ha assunto le sue funzioni in

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

Camera di Commercio soltanto lo scorso 18 novembre, per cui si è resa difficoltosa, ormai in fine d'anno l'organizzazione e la gestione dell'indagine.

Le risorse finanziarie

Tabella 6

	Camera di Commercio		Azienda Speciale	
	Pre-consuntivo 2014	Previsione 2015	Pre-consuntivo 2014	Previsione 2015
Proventi Gestione corrente	7.580.517	5.362.471	513.787,50	413.596,00
Oneri Gestione corrente	-8.072.692	-6.139.245	512.155,52	412.246,00

(fonte: Atto del Consiglio n. 98.221 del 22.12.2014)

Dettaglio Oneri correnti

Tabella 7

	Camera di Commercio		Azienda Speciale	
	Pre-consuntivo 2014	Previsione 2015	Pre-consuntivo 2014	Previsione 2015
Spese per il personale	-2.719.773	-2.677.582	-251.675,24	-241.000
Spese di funzionamento	-2.028.389	-1.748.365	-74.833,46	-76.740
Interventi economici	-1.665.037	-600.000	-161.922,40	-73.506
Ammortamenti e accantonamenti	-1.659.492	-1.113.299	-12.143,29	-10.300

(fonte: Atto del Consiglio n. 98.221 del 22.12.2014)

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

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

3.3 ALBERO DELLA PERFORMANCE 2015

PRIORITA' STRATEGICA								
1. COMPETITIVITA' DELL'ENTE								
OBIETTIVO STRATEGICO								
1A	VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DELL'ENTE CAMERALE QUALE PUNTO SINGOLO DI CONTATTO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI							
INDICATORI STRATEGICI		PESO	STATO	TARGET 2015	TARGET 2016	TARGET 2017		
1A-10S:	Raggiungimento di un grado di soddisfazione dell'utenza in generale sui servizi erogati dall'Ente camerale nella misura di almeno l'80%	100	—	≥ 65%	≥ 70%	≥ 75%		
		OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI		INDICATORI	PESO	STATO	TARGET 2015
1A1		SPORTELLI E SERVIZI DEDICATI PER IMPRESE E PROFESSIONISTI	1A1a	SPORTELLI E SERVIZI DEDICATI PER IMPRESE E PROFESSIONISTI	1A1a -1 Realizzazione di almeno 8 interventi formativi	33,33	—	≥ 8
					1A1a -2 Gestione dei contatti con almeno 1000 stakeholders	33,33	—	≥ 1000

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

				1A1a -3 Realizzazione di almeno 20 incontri dedicati con Associazioni e Professionisti	33,33	–	≥ 20
		1A1b	SPORTELLI E SERVIZI DEDICATI PER IMPRESE E PROFESSIONISTI	1A1b-4 Le azioni dello Sportello contribuiscono al raggiungimento dei target individuati nell'ambito del progetto "Sportelli e Servizi dedicati per imprese e professionisti"	100	–	Realizzazione attività previste per l'obiettivo operativo 1A1a
1A2	COMUNICAZIONE INTEGRATA	1A2a	COMUNICAZIONE INTEGRATA	1A2a -5 Revisione ed ottimizzazione dei Siti Internet dell'Ente camerale e Azienda Speciale secondo un'impostazione 2.0	33,33	–	Realizzazione dell'attività
				1A2a -6 Incremento del 10% dei destinatari che ricevono la newsletter settimanale	33,33	4220 (fonte Ufficio Comunicazione C.C.I.A.A. di Viterbo)	4264

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

					1A2a -7 Attivazione social network per l'Ente camerale	33,33	–	Realizzazione dell'attività
OBIETTIVO STRATEGICO								
1B	PROMOZIONE DELL'EFFICIENZA E SEMPLIFICAZIONE DEI PROCESSI							
INDICATORI STRATEGICI		PESO	STATO	TARGET 2015	TARGET 2016	TARGET 2017		
1B-20S	Riduzione del tasso di incidenza degli oneri di funzionamento sugli oneri correnti nella misura del 5%	50	25,13 (fonte: Ufficio Bilancio e Gestione del Personale)	24,88	24,63	24,38		

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

			C.C.I.A.A. di Viterbo)					
1B - 3OS	Incremento dell'8% del tasso di riscossione del diritto annuale rispetto al 2014.	50	73,03% (fonte: Ufficio Bilancio e Gestione del Personale C.C.I.A.A. di Viterbo)	74,2%	75,4%	76,5%		
		OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI		INDICATORI	PESO	STATO	TARGET 2015
1B1	EFFICIENTAMENTO DEI SERVIZI E DELLE FUNZIONI		1B1a	FUNZIONI ASSOCIATE	1B1a – 8 Realizzazione ed attuazione di almeno 2 accordi per la realizzazione di funzioni associate	100	–	≥ 2
			1B1b	RECUPERO DIRITTO ANNUALE E CREDITI CAMERALI	1B1b – 9 Azioni di recupero diretto del diritto annuale nei confronti di almeno 12000 posizioni	50	–	≥ 12000

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

				1B1b – 10 Analisi di tutte le posizioni debitorie attive al 31/12/2014 ed attivazione delle azioni di recupero	50	–	Realizzazione dell'attività
1B2	FUNDRAISING	1B2a	FUNDRAISING	1B2a – 42 Presentazione di almeno 5 progetti a valere sui finanziamenti a gestione diretta o fondi strutturali	100	–	≥ 5
1B3	AUTOMAZIONE DEI SERVIZI - GESTIONE DOCUMENTALE	1B3a	AUTOMAZIONE DEI SERVIZI - GESTIONE DOCUMENTALE	1B3a – 11 Riduzione del numero di spedizioni di posta prioritaria e raccomandate nell'ordine del 5%rispetto al dato 2014	50	6057 (fonte Ufficio Protocollo C.C.I.A.A. di Viterbo)	5754 ≤
				1B3a - 12 Riduzione spese di consumo per carta nell'ordine del 5% rispetto al dato 2014	50	2717,69 (fonte ufficio Provveditorato C.C.I.A.A. Viterbo)	2581,80 ≤

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

PRIORITA' STRATEGICA

2. COMPETITIVITA' DEL TERRITORIO								
OBIETTIVO STRATEGICO								
2A	CONSOLIDAMENTO E SVILUPPO DI SINERGIE INTERISTITUZIONALI UTILI PER LA PROMOZIONE E la CRESCITA ECONOMICO - SOCIALE DEL TERRITORIO.							
		OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI		INDICATORI	PESO	STATO	TARGET 2015
2A1		SVILUPPO DI ASSET STRATEGICI PER IL TERRITORIO	2A1a	SVILUPPO DI ASSET STRATEGICI PER IL TERRITORIO	2A1a-13 Stesura di almeno 2 protocolli d'intesa con per la valorizzazione e diffusione di servizi ad alto valore aggiunto finalizzati a favorire lo sviluppo di politiche commerciali delle aziende della Toscana.	100	–	≥ 2

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

2A2	QUALIFICAZIONE DEI GAL QUALI STRUMENTI PER LOSVILUPPO SOSTENIBILE PER IL TERRITORIO	2A2a	QUALIFICAZIONE DEI GAL QUALI STRUMENTI PER LOSVILUPPO SOSTENIBILE PER IL TERRITORIO	2A2a-14 Predisposizione della progettazione di almeno 1 GAL relativamente alla nuova programmazione	100	–	≥ 1
2A3	TAVOLO SULLA CASTANICOLTURA PROVINCIALE	2A3a	TAVOLO SULLA CASTANICOLTURA PROVINCIALE	2A3a-15 Organizzazione di almeno 3 incontri finalizzati alla realizzazione delle attività tecniche.	100	–	≥ 3

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

OBIETTIVO STRATEGICO								
2B	SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA							
INDICATORI STRATEGICI		PESO	STATO	TARGET 2015	TARGET 2016	TARGET 2017		
2B-4OS	Incremento del 100% delle pratiche SUAP telematiche rispetto al 2014	100	899	1079	1259	1439		
		OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI		INDICATORI	PESO	STATO	TARGET 2015
2B1	SPORTELLO UNICO ATTIVITA' PRODUTTIVE	2B1a	SPORTELLO UNICO ATTIVITA' PRODUTTIVE	2B1a-16 Realizzazione di 2 percorsi di formazione dedicati alle categorie professionali, associazioni di agenzie per le imprese che interagiscono con i SUAP		100	–	2
				2B1b – 43 SUAP Azioni di supporto alla rete locale Realizzazione di n. 3 incontri periodici di aggiornamento.		100	–	3
2B2	SERVIZI INNOVATIVI	2B2a	SERVIZI INNOVATIVI	2B2a-17 Rilascio di n. 1200 dispositivi di firma digitale		100	–	1200

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

OBIETTIVO STRATEGICO								
2C	MARKETING TERRITORIALE							
INDICATORI STRATEGICI		PESO	STATO	TARGET 2015	TARGET 2016	TARGET 2017		
2C-50S	Incremento del 20% del flusso turistico provinciale rispetto al dato dell'anno 2013	33,33	202869 (fonte Istat)	210984	219099	227213		
2C-60S	Incremento della durata media presenza turisti del 20%	33,33	4,9 (anno 2013) (fonte Istat)	5,1	5,21	5,41		
2C-70S	Incremento medio del 20% del fatturato delle imprese licenziatricie del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese al 31.12.2013	33,33	93.825.163,80	97.830.356	101.593.062	105.355.768		
		OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI		INDICATORI	PESO	STATO	TARGET 2015
2C1		TURISMO	2C1a	TURISMO	2C1a-18 Incremento del 5% delle imprese partecipanti al progetto Tuscia Welcome	50	150 (fonte Staff Internazionalizzazione e Marketing C.C.I.A.A. di Viterbo)	158

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

				2C1a-19 Gestione della presenza delle imprese ad almeno 2 iniziative di promozione turistica	50	–	≥ 2
2C2	COORDINAMENTO DELLA PROMOZIONE DELLE FESTE DEL VINO DELLA CASTAGNA E DELL'OLIO	2C2a	COORDINAMENTO DELLA PROMOZIONE DELLE FESTE DEL VINO DELLA CASTAGNA E DELL'OLIO	2C2a-20 Ampliamento della rete dei Comuni che partecipano al coordinamento delle Feste rispetto al 2014	50	19 (Delibera Giunta Camerale n. 4.22 del 12.06.2014)	≥ 20
				2C2a-21 Organizzazione di almeno 2 incontri formativi/informativi con i rappresentanti dei Comuni per elevare la qualità delle manifestazioni e creare sinergie con gli operatori economici delle reti Tuscia Welcome e Marchio Tuscia Viterbese	50	–	≥ 2

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

2C3	MARCHIO COLLETTIVO TUSCIA VITERBESE	2C3a	MARCHIO COLLETTIVO TUSCIA VITERBESE: promozione e valorizzazione	2C3a-22 Incremento del 5% delle imprese aderenti al marchio collettivo Tuscia Viterbese.	50	217 (fonte: Sportello Marchio Tuscia Viterbese Azienda Speciale Ce.F.A.S.)	228
				2C3a-23 Realizzazione di almeno 1 evento di promozione dei prodotti del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese nell'ambito delle iniziative promosse in occasione di Expò 2015.	50	–	≥ 1
		2C3b	SPORTELLO MARCHIO TUSCIA VITERBESE	2C3b- 47 Incremento del 5% delle imprese aderenti al marchio collettivo Tuscia Viterbese	50	217 (fonte: Sportello Marchio Tuscia Viterbese Azienda Speciale Ce.F.A.S.)	228

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

				2C3b- 48 Verifica di almeno il 20% delle imprese licenziatricie più tutte quelle nuove.	50	–	≥ 43
2C4	SOSTEGNO AD INIZIATIVE DI ENTI ED ORGANISMI DIVERSI PER LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO	2C4a	SOSTEGNO AD INIZIATIVE DI ENTI ED ORGANISMI DIVERSI PER LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO	2C4a-24 Compartecipazione e/o sostegno ad almeno 4 iniziative di promozione del territorio	100	–	4

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

OBIETTIVO STRATEGICO								
2D	QUALITA' DEL LAVORO NELLE IMPRESE							
INDICATORI STRATEGICI		PESO	STATO	TARGET 2015	TARGET 2016	TARGET 2017		
2D-80S	Incremento del 50% del grado di coinvolgimento delle imprese, del tessuto economico locale, alle iniziative di formazione professionale realizzate dall'Ente rispetto al 31/12/2014	100	320	352	384	416		

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

	OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI		INDICATORI	PESO	STATO	TARGET 2015
2D1	ORIENTAMENTO ALTERNANZA SCUOLA LAVORO E FORMAZIONE	2D1a	Azioni di supporto all'accesso del sistema della imprese e delle professioni alla formazione professionale continua	2D1a – 49 Realizzazione del catalogo delle iniziative formative dell'Ente Camerale e dell'Azienda Speciale con almeno 20 iniziative formative	50	–	Realizzazione dell'attività ≥ 20

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

		2D1b	ORIENTAMENTO ALTERNANZA SCUOLA- LAVORO	2D1b – 50 Realizzazione di almeno 6 incontri di orientamento, divulgazione e formazione per target omogenei di studenti su professioni tecnico scientifiche, in collaborazione con le scuole	50	–	≥ 6
OBIETTIVO STRATEGICO							
2E	VALORIZZAZIONE E DIFFUSIONE DELL'INFORMAZIONE ECONOMICA						
	OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI		INDICATORI	PESO	STATO	TARGET 2015
2E1	OSSERVATORIO ECONOMICO PROVINCIALE	2E1a	OSSERVATORIO ECONOMICO PROVINCIALE	2E1a – 25 Realizzazione Polos	50	–	Realizzazione dell'attività
				2E1a – 26 Realizzazione di almeno 4 report statistico/economici sulla Tuscia Viterbese.	50	–	≥ 4

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

PRIORITA' STRATEGICA								
3. COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE								
OBIETTIVO STRATEGICO								
3A	RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY							
INDICATORI STRATEGICI		PESO	STATO	TARGET 2015	TARGET 2016	TARGET 2017		
3A-9OS	Incremento del 15% del fatturato export provinciale rispetto al dato dell'anno 2013	20	325.947.645 (fonte Istat)	335.726.074	345.504.504	355.282.933		
3A-10OS	Incremento del 15% delle imprese aderenti al sistema delle certificazioni DOP e IGP rispetto all'anno 2014	20	400 (fonte Ufficio Agricoltura C.C.I.A.A. di Viterbo)	412	424	436		
3A-11OS	Incremento del 15% di imprese giovanili e femminili iscritte nel registro delle imprese al 31.12.2014	20	13.977 (3934 IMPRESE GIOVANILI REGISTRATE AL 31.12.2013 "fonte	14396	14815	15234		

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

			Cruscotto infocamere” 10.043 IMPRESE FEMMINILI ISCRITTE al 30.09.2014 “fonte Stockview Infocamere”					
3A - 12OS	Incremento del 100% del numero dei contratti di rete iscritti nel registro delle imprese al 31.12.2014	20	9 (fonte Statistiche ufficiali Registro delle Imprese – Infocamere. Dato disponibile al 1° dicembre 2014)	11	13	15		
3A – 13OS	Incremento del 20% del numero delle imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione realizzate dall’Ente rispetto al 2014.	20	41 (fonte Staff Internaziona lizzazione e Marketing C.C.I.A.A. di Viterbo)	43	45	47		

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

		OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI		INDICATORI	PESO	STATO	TARGET 2015
3A1	SERVIZIO NUOVA IMPRESA	3A1a	SERVIZIO NUOVA IMPRESA	3A1a – 27 Le azioni di realizzazione del programma contribuiscono al raggiungimento dei target individuati nell’ambito del programma “Sportelli e Servizi dedicati per imprese e professionisti”.	100	–	Realizzazione attività previste per l'obiettivo operativo 1A1a	
		3A1b	SERVIZIO NUOVA IMPRESA	3A1b - 44 Coinvolgimento di almeno 30 imprese che possono usufruire del programma Garanzia Giovani.	100	–	≥ 30	

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

3A2	IMPRENDITORIA FEMMINILE	3A2a	IMPRENDITORIA FEMMINILE	3A2a-28 Realizzazione di almeno 3 iniziative formative-informative	100	–	≥ 3
3A3	SPORTELLO PROMOZIONE RETI DI IMPRESA	3A3a	SPORTELLO PROMOZIONE RETI DI IMPRESA	3A3a-29 Realizzazione di almeno 3 iniziative formative dedicate	33,33	–	≥ 3
				3A3a-30 Costituzione di un tavolo di lavoro con gli ordini Professionali per la promozione delle reti di impresa	33,33	–	Realizzazione delle attività
				3A3a-31 Predisposizione di almeno 2 contratti di rete	33,34	–	≥ 2

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

3A4	CREDITO	3A4a	CREDITO	3A4a – 32 Realizzazione di almeno 3 incontri Banche Confidi	50	–	≥ 3
				3A4a – 33 Stesura di linee guida relativamente agli strumenti di accesso al credito	50	–	Realizzazione delle attività
3A5	INTERNAZIONALIZZA ZIONE	3A5a	INTERNAZIONALIZZAZIONE	3A5a-34 Coinvolgimento di almeno 100 imprese nei percorsi di internazionalizzazione.	100	–	≥ 100
3A6	PROMOZIONE DELLA DIGITAL ECONOMY	3A6a	PROMOZIONE DELLA DIGITAL ECONOMY	3A6a – 35 Coinvolgimento di almeno 20 aziende nei servizi di promozione e realizzazione di interventi di digital economy.	100	–	≥ 20

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

3A7	PROMOZIONE DELL'AGROALIMENTARE	3A7a	PROMOZIONE DELL'AGROALIMENTARE	3A7a – 36 Realizzazione dei controlli sulle certificazioni agroalimentari di qualità in conformità a quanto previsto dai Piani di controllo.	33,33	–	Realizzazione delle attività
				3A7a – 37 Realizzazione dei controlli, a domanda, sulla produzione integrata settore ortofrutticolo.	33,33	–	Realizzazione delle attività
				3A7a - 38 Realizzazione di almeno 2 iniziative di valorizzazione dei prodotti a DOP e IGP in raccordo con le iniziative di promozione turistica e del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese.	33,34	–	≥ 2

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

		3A7b	FILIERE AGROLAIMENTARI AZIONI DI SUPPORTO	3A7b – 45 Realizzazione di almeno 1 un ciclo di monitoraggio sui due principali fitofagi del castagno.	50	–	≥ 1
				3A7b – 46 Realizzazione di almeno una attività di diffusione delle informazioni circa la nuova emergenza del castagno con presentazione dei risultati scientifici prodotti.	50	–	≥ 1

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

3A8		GESTIONE DI INIZIATIVE DI VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY E DELLE PRODUZIONI LOCALI	3A8a	GESTIONE DI INIZIATIVE DI VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY E DELLE PRODUZIONI LOCALI	3A8a – 39 Coinvolgimento di almeno 80 imprese nelle iniziative di valorizzazione e promozione del made in Italy e delle produzioni locali.	100	–	≥ 80
OBIETTIVO STRATEGICO								
3B	INIZIATIVE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO							
INDICATORI STRATEGICI		PESO	STATO	TARGET 2015	TARGET 2016	TARGET 2017		
3B - 14OS	Incremento del 10% Livello di diffusione del servizio di Conciliazione/Mediazione rispetto al dato dell’anno 2014	100	1,25% (n. conciliazioni /mediazioni 2014 467 : n. imprese attive 2014 37401)%	1,28%	1,30%	1,32%		

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta Camerale n. 1.5 del 30.01.2015

	OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI		INDICATORI	PESO	STATO	TARGET 2015
3B1	CONCILIAZIONE, ARBITRATO E TUTELA DELLA PROPRIETA' INDUSTRIALE	3B1a	CONCILIAZIONE E ARBITRATO	3B1a – 40 Organizzazione di un evento di promozione e divulgazione del servizio di mediazione e delle attività dell'organismo.	100	–	Realizzazione delle attività
		3B1b	AZIONI DI SUPPORTO A TUTELA DELLA PROPRIETA' INDUSTRIALE	3B1b – 41 Realizzazione di 4 giornate di consulenza specializzata/workshop in materia di proprietà industriale, lotta alla contraffazione etc....	100	–	4

3.4. Obiettivi Strategici e Indicatori di Outcome

Nella redazione del Piano della Performance per il triennio 2015-2017 gli obiettivi strategici e gli indicatori di outcome sono mutuati dal programma pluriennale di mandato approvato dal Consiglio Camerale con atto n. 97.219 del 1° dicembre 2015.

I target attesi per il triennio sono quindi individuati mediante ripartendo equamente il risultato atteso finale nell'arco dei cinque anni del mandato.

PRIORITA' STRATEGICA	1	COMPETITIVITA' DELL'ENTE
----------------------	---	--------------------------

Il quadro normativo attuale in cui si sta delineando la riforma complessiva del sistema camerale i cui elementi distintivi sono riconducibili principalmente alla ridefinizione delle circoscrizioni territoriali, al ridisegno delle competenze e al progressivo taglio del diritto annuale, dal 35%, al 40% per arrivare, a regime, al 50%, impone un profondo rinnovamento della mission del sistema camerale in tutte le sue articolazioni, sia a livello nazionale che a livello locale.

In modo particolare il prossimo triennio sarà caratterizzato da profondi cambiamenti, spesso radicali, delle attività e dei programmi camerali che dovranno essere riorientati in funzione delle competenze delle nuove Camere di Commercio.

Tale passaggio strategico è ancor più delicato in quanto si inserisce in uno scenario economico da cui emerge un Paese che ancora fatica a ritrovare la crescita, in un contesto Internazionale ed in particolare Europeo appesantito da un arretramento economico generalizzato che sta investendo anche i Paesi leader della zona Euro.

In questo complesso quadro di riferimento è necessario ripensare il ruolo della Camera di Commercio.

Si dovrà tendere verso un modello di Amministrazione dinamica, propositiva, efficiente, al servizio delle imprese, che va incontro alle imprese e ai loro fabbisogni, con l'obiettivo di diventare l'istituzione di riferimento, il Punto Unico di Contatto, per la nascita e la crescita delle imprese.

Questo nuovo modello prevede anche nuove modalità e strumenti di comunicazione, sviluppando un approccio personalizzato, basato anche sull'utilizzazione di tecnologie digitali, per fornire risposte e servizi che soddisfino pienamente le istanze di imprenditori, aspiranti imprenditori e professionisti in modo che possano fattivamente contribuire alla crescita economica del territorio.

Nell'ambito di tale priorità strategica si sviluppano le seguenti linee programmatiche:

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

LINEA PROGRAMMATICA:	1A	VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DELL'ENTE CAMERALE QUALE PUNTO SINGOLO DI CONTATTO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI
---------------------------------	-----------	--

Valorizzazione e miglioramento dell' accoglienza e delle attività di informazione, formazione e consulenza mediante l'istituzione la gestione ed il rinnovamento di sportelli dedicati che possano offrire servizi sempre più personalizzati e rispondenti all'evolversi delle esigenze di mercato, caratterizzati da un crescente livello di specializzazione a favore di imprese, professionisti, associazioni di categoria ed agenzie per le imprese relativamente ai servizi/prodotti erogati dall'Amministrazione Camerale anche per il tramite dell'Azienda Speciale Ce.F.A.S.

Valorizzazione e miglioramento della capacità comunicativa ponendo in essere politiche di gestione di un sistema integrato delle informazioni teso al raggiungimento capillare di una più vasta platea di interlocutori, anche attraverso l'uso delle tecnologie digitali, migliorando la conoscenza e la percezione dell'Ente e dei servizi erogati.

Insito nella realizzazione di tale obiettivo strategico l'attuazione di politiche di valorizzazione delle risorse umane secondo criteri di professionalità e flessibilità e l'attuazione di programmi di sviluppo, crescita e rinnovamento delle competenze e conoscenze rispondenti agli standard qualitativi e ai servizi che si intende erogare.

INDICATORI STRATEGICI	OBIETTIVI STRATEGICI
Grado di soddisfazione dell'utenza in generale sui servizi erogati dall'Ente Camerale	1A-10S: Raggiungimento di un grado di soddisfazione dell'utenza in generale sui servizi erogati dall'Ente camerale nella misura di almeno l'80%

TARGET DI RISULTATO ANNUALE		
2015	2016	2017
≥ 65%	≥ 70%	≥ 75%

LINEA PROGRAMMATICA:	1B	PROMOZIONE DELL'EFFICIENZA E SEMPLIFICAZIONE DEI PROCESSI INTERNI
---------------------------------	-----------	--

In continuità con le strategie già poste in essere negli anni scorsi, ed ancor più in considerazione dello scenario politico-economico in cui l'Ente Camerale dovrà operare in futuro, efficienza ed

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

economicità sono le parole d'ordine rispetto alle quali dovranno orientarsi le politiche di gestione dei processi interni.

In tal senso saranno privilegiate scelte organizzative e procedurali finalizzate al contenimento delle spese di funzionamento optando per una ancor più spinta informatizzazione e digitalizzazione dei processi con crescente dematerializzazione dei flussi documentali, gestione in forma associata dei servizi interni, e attuazione di politiche tese all'incremento dei tassi di riscossione dei crediti, primo fra tutti il diritto annuale, e all'incremento dei proventi.

INDICATORI STRATEGICI	OBIETTIVI STRATEGICI
Tasso di incidenza degli oneri di funzionamento sugli oneri correnti	1B – 2OS: Riduzione del tasso di incidenza degli oneri di funzionamento sugli oneri correnti nella misura del 5%

TARGET DI RISULTATO ANNUALE		
2015	2016	2017
24,88%	24,63%	24,38%

Tasso di riscossione del diritto annuale.	1B -3OS: Incremento dell'8% del tasso di riscossione del diritto annuale rispetto al 2014.
---	---

TARGET DI RISULTATO ANNUALE		
2015	2016	2017
74,20%	75,40%	76,50%

PRIORITA' STRATEGICA	2	COMPETITIVITA' DEL TERRITORIO
-----------------------------	----------	--------------------------------------

In un contesto economico debole in cui mancano ancora segnali per una stabile ripresa economica, dove nonostante alcuni segnali di rallentamento della dinamica discendente dei consumi delle famiglie, la prolungata riduzione della propensione al consumo negli anni di crisi continua a penalizzare gli operatori delle filiere meno internazionalizzate ed in particolare il commercio al dettaglio, dove l'apporto dell'export che ha positivamente contribuito a mantenere le performance dei fatturati anche nelle piccole imprese, non ha conservato la stessa intensità nel corso del tempo, ed un tasso di disoccupazione vicino ai massimi storici, soprattutto nel segmento della popolazione giovanile, è necessario rafforzare il ruolo della Camera di Commercio come soggetto che parla al Paese promuovendo un clima culturale favorevole all'impresa e al lavoro, contribuendo con determinazione a migliorare le condizioni di contesto per la nascita e il rafforzamento delle imprese e generare benessere diffuso.

A tal fine, emerge la necessità di sostenere e promuovere attivamente politiche di semplificazione amministrativa che possano facilitare la nascita e l'esercizio dell'impresa, sostenere l'autoimpiego, sviluppare rapporti di collaborazione interistituzionali con Organismi Pubblici e Privati e creare sinergie utili allo sviluppo economico del territorio, promuovere le eccellenze e i distretti, volano per turismo e investimenti, sostenere la qualità del lavoro nelle imprese, preparare i giovani al mondo del lavoro, favorire l'incontro fra domanda e offerta di lavoro promuovendo l'alternanza scuola-lavoro, la certificazione delle competenze ed incidendo sulle scelte didattiche degli Istituti Scolastici in modo che siano più rispondenti alle esigenze delle imprese e dei mercati.

Tale priorità strategica si articola nelle seguenti linee programmatiche:

LINEA PROGRAMMATICA:	2A	CONSOLIDAMENTO E SVILUPPO DI SINERGIE INTERISTITUZIONALI UTILI PER LA PROMOZIONE E LA CRESCITA ECONOMICO- SOCIALE DEL TERRITORIO.
---------------------------------	-----------	--

Rafforzamento del ruolo di governo del territorio dell'Ente camerale mediante politiche di sviluppo di collaborazioni interistituzionali con organismi pubblici e privati ed accordi di partenariato con asset strategici per lo sviluppo dell'economia provinciale.

LINEA PROGRAMMATICA:	2B	SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA
---------------------------------	-----------	---------------------------------------

In tale contesto di crisi economica emerge sempre più forte la richiesta di semplificazione e sburocratizzazione. La semplificazione amministrativa è dunque fattore strategico per favorire nuove occasioni di business.

In continuità con le politiche già avviate negli anni scorsi, la Camera di Commercio opera nell'ottica di favorire processi di semplificazione amministrativa sostenendo in modo particolare la piena attuazione degli Sportelli Unici Attività Produttive, il processo di digitalizzazione degli adempimenti amministrativi delle Imprese, l'omogeneizzazione dei procedimenti e degli adempimenti fra le diverse circoscrizioni territoriali, l'unificazione e la semplificazione della modulistica, lo sgravio degli oneri a carico delle imprese mediante la costituzione del così detto "fascicolo unico di impresa".

INDICATORI STRATEGICI	OBIETTIVI STRATEGICI
Tasso di incremento n. pratiche SUAP telematiche a livello provinciale	2B-4OS: Incremento del 100% delle pratiche SUAP telematiche rispetto al 2014

TARGET DI RISULTATO ANNUALE		
2015	2016	2017
1079	1259	1439

LINEA PROGRAMMATICA:	2C	MARKETING TERRITORIALE
---------------------------------	-----------	-------------------------------

Gli effetti della crisi economica degli ultimi anni hanno fatto emergere ancor più la necessità di interventi mirati per rimuovere gli ostacoli alla crescita e alla competitività delle imprese.

In particolare la Tuscia vede nella struttura del tessuto imprenditoriale, prevalentemente costituito di micro e piccole imprese, uno dei fattori che ne vincolano la crescita e la competitività, ma allo stesso tempo sono le stesse micro e piccole imprese che esprimono le eccellenze produttive tipiche del territorio e che costituiscono uno strategico viatico per lo sviluppo della filiera agroalimentare e del turismo.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

In considerazione di quanto sopra diventano ambiti prioritari di intervento:

- la promozione e lo sviluppo del modello “**Turismo Integrato**” anche in sinergia con politiche di promozione del “**Marchio Collettivo Tuscia Viterbese**”, brand che qualifica e contraddistingue le eccellenze produttive ed il territorio,

INDICATORI STRATEGICI	OBIETTIVI STRATEGICI
Flusso turistico provinciale	2C-5OS: Incremento del 20% del flusso turistico provinciale rispetto al dato dell’anno 2013

TARGET DI RISULTATO ANNUALE		
2015	2016	2017
210984	219099	227213

Durata media presenza turisti	2C-6OS: Incremento della durata media presenza turisti del 20%
-------------------------------	---

TARGET DI RISULTATO ANNUALE		
2015	2016	2017
5,1	5,21	5,41

Fatturato delle imprese licenziatarie del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese	2C-7OS: Incremento medio del 20% del fatturato delle imprese licenziatarie del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese al 31.12.2013
---	---

TARGET DI RISULTATO ANNUALE		
2015	2016	2017
97.830.356	101.593.062	105.355.768

LINEA PROGRAMMATICA:	2D	QUALITA' DEL LAVORO NELLE IMPRESE
---------------------------------	-----------	--

I rapidi cambiamenti che caratterizzano il mercato del lavoro assegnano un ruolo di primo piano alla qualità del lavoro.

La qualificazione professionale rappresenta un fattore competitivo di rilevanza crescente per le imprese, per questo occorre creare una sempre più stretta correlazione fra imprese e sistema scolastico affinché quest'ultimo recepisca i fabbisogni di professionalità delle imprese locali e adegui conseguentemente i programmi didattici.

In questo ambito la Camera di Commercio promuove una serie organica di azioni finalizzate a supportare, potenziare e qualificare l'offerta per sostenere gli investimenti sul capitale umano, il dialogo formazione- impresa, il passaggio dei giovani al lavoro, la nascita di nuove attività economiche e l'occupazione, attraverso diversi strumenti: tirocini, stage, programmi di alternanza scuola-lavoro, certificazione delle competenze non formali ed informali.

INDICATORI STRATEGICI	OBIETTIVI STRATEGICI
Grado di coinvolgimento delle imprese, del tessuto economico locale, alle iniziative di formazione professionale	2D-8OS: Incremento del 50% del grado di coinvolgimento delle imprese, del tessuto economico locale, alle iniziative di formazione professionale realizzate dall'Ente rispetto al 31/12/2014

TARGET DI RISULTATO ANNUALE		
2015	2016	2017
352	384	416

LINEA PROGRAMMATICA:	2E	VALORIZZAZIONE E DIFFUSIONE DELL'INFORMAZIONE ECONOMICA
---------------------------------	-----------	--

Il percorso di rinnovamento della Camera di Commercio, presidio permanente sul territorio a sostegno delle imprese, che svolge un ruolo proattivo per la crescita competitiva del territorio parte dalla conoscenza, dall'ascolto costante delle imprese e dei loro bisogni, in termini di informazioni economiche strategiche a sostegno delle politiche territoriali e settoriali.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

A tal fine l'analisi ed il monitoraggio delle economie locali dovranno essere riorientate per acquisire ed utilizzare informazioni strategiche di carattere economico-statistico al fine di affiancare le imprese nell'affrontare al meglio le sfide dell'economia dei prossimi anni.

PRIORITA' STRATEGICA	3	COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE
-----------------------------	----------	---

L'attuale fase economica ha contribuito ancor più ad innalzare il livello di competizione delle imprese, in modo particolare a livello internazionale.

Si rende pertanto necessario rafforzare le politiche di intervento, già avviate negli anni scorsi, finalizzate a migliorare la capacità competitiva e a favorire l'accesso, anche delle piccole imprese, a nuovi mercati nazionali ed internazionali.

A tal fine sono attivate azioni di promozione e diffusione della cultura dell'internazionalizzazione, anche mediante la formazione di figure professionali specializzate (export manager), la promozione della digital economy e dei vantaggi che ne possono derivare al fine di cogliere nuove opportunità di mercato, la promozione e la tutela delle eccellenze produttive agroalimentari mediante il sostegno delle DOP e IGP, le missioni e/o fiere nazionali ed internazionali nei settori economici di prevalente interesse strategico per il territorio.

LINEA PROGRAMMATICA:	3A	RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY
---------------------------------	-----------	--

Il rafforzamento della competitività delle imprese locali sui mercati nazionale ed internazionale in raccordo con le politiche di tutela e riconoscimento del Made in Italy si articola nelle seguenti azioni strategiche:

- il sostegno e la promozione delle aggregazioni di impresa ed in particolare delle **“Reti di Impresa”**,
- l'accesso al credito anche mediante la costituzione di tavoli di lavoro fra Istituti di Credito e Consorzi Fidi;
- servizi per il sostegno e la nascita di nuove imprese, con particolare attenzione a quelle giovanili nell'ambito del programma “Garanzia Giovani”;
- sostegno all' internazionalizzazione attraverso iniziative per favorire l'apertura dei mercati esteri ai sistemi economici locali, servizi di consulenza specialistica per imprese esportatrici

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

e potenzialmente esportatrici, promozione dei distretti e delle eccellenze del Made in Italy anche attraverso gli strumenti della digital economy;

- sviluppo di fiere e missioni nazionali ed internazionali su mercati che presentano una maggiore potenzialità di crescita e che esprimono maggiore attrattività per i prodotti locali;
- Supporto e valorizzazione delle filiere agroalimentari e delle certificazioni agroalimentari di qualità.

INDICATORI STRATEGICI	OBIETTIVI STRATEGICI
Fatturato Export Provinciale	3A-9OS: Incremento del 15% del fatturato export provinciale rispetto al dato dell'anno 2013

TARGET DI RISULTATO ANNUALE		
2015	2016	2017
335.726.074	345.504.504	355.282.933

Numero imprese aderenti al sistema delle certificazioni DOP e IGP	3A-10OS: Incremento del 15% delle imprese aderenti al sistema delle certificazioni DOP e IGP rispetto all'anno 2014
---	--

TARGET DI RISULTATO ANNUALE		
2015	2016	2017
412	424	436

Imprese giovanili e femminili iscritte nel registro delle imprese	3A-11OS: Incremento del 15% di imprese giovanili e femminili iscritte nel registro delle imprese al 31.12.2014
---	---

TARGET DI RISULTATO ANNUALE		
2015	2016	2017
14396	14815	15234

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

Numero contratti di rete iscritti nel registro delle imprese della C.C.I.A.A. di Viterbo	3A -12OS: Incremento del 100% del numero dei contratti di rete iscritti nel registro delle imprese al 31.12.2014
---	---

TARGET DI RISULTATO ANNUALE		
2015	2016	2017
11	13	15

Numero imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione promosse dalla Camera di Commercio	3A – 13OS: Incremento del 20% del numero delle imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione realizzate dall’Ente rispetto al 2014.
---	---

TARGET DI RISULTATO ANNUALE		
2015	2016	2017
43	45	47

LINEA PROGRAMMATICA:	3B	INIZIATIVE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO
---------------------------------	-----------	--

Rafforzamento del ruolo della Camera di Commercio nel presidio delle regole di mercato e concorrenza, garanzia di trasparenza e salvaguardia per le imprese.

Tale attività si articola da un lato nella vigilanza del mercato che comprende il settore della sicurezza dei prodotti, metrologia legale, contratti tipo, raccolta degli usi e sanzioni amministrative, e dall’altro la così detta giustizia alternativa.

Rispetto agli strumenti di giustizia alternativa la Camera di Commercio promuove la Conciliazione/Mediazione ed Arbitrato anche mediante campagne di formazione/informazione e protocolli d’intesa con Associazioni di Categoria e Ordini Professionali.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

INDICATORI STRATEGICI	OBIETTIVI STRATEGICI
Livello di diffusione del servizio di Conciliazione/Mediazione (N. Conciliazioni-Mediazioni/Imprese attive)	3B -14OS: Incremento del 10% Livello di diffusione del servizio di Conciliazione/Mediazione rispetto al dato dell'anno 2014

TARGET DI RISULTATO ANNUALE		
2015	2016	2017
1,28%	1,30%	1,32%

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 2015 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. Nell'allegato A) sono altresì riportati gli Indicatori Economico Patrimoniali e i relativi target di risultato per l'anno 2015.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

STAFF AFFARI GENERALI PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO					
PROGRAMMA STRATEGICO	CODICE PROGETTO OPERATIVO	PROGETTO OPERATIVO	DESCRIZIONE	OBIETTIVI OPERATIVI/ TARGET DI RISULTATO	BUDGET DI PROGETTO
Valorizzazione e promozione dell'ente camerale quale punto singolo di contatto per imprese e professionisti	1A1a	SPORTELLI E SERVIZI DEDICATI PER IMPRESE E PROFESSIONISTI	Istituzione dei seguenti sportelli dedicati che offrono l'opportunità ad imprese e professionisti, associazioni di categoria, agenzie per le imprese, ma anche ai comuni cittadini che coltivano l'idea di "una futura possibile impresa" di fruire di informazioni, formazione, supporto ed assistenza personalizzati sotto la guida di personale professionalizzato e qualificato: - Sportello accoglienza e primo orientamento; - Sportello Promozione turismo; - Sportello Reti di Impresa; - Sportello Credito; - Sportello Nuova Impresa, Imprenditoria femminile e Giovanile; - Internazionalizzazione; - Digital Economy e Comunicazione.	1A1a -1 Realizzazione di almeno 8 interventi formativi; 1A1a -2 Gestione dei contatti con almeno 1000 stakeholders; 1A1a -3 Realizzazione di almeno 20 incontri dedicati con Associazioni e Professionisti	
Promozione dell'efficienza e semplificazione dei processi interni	1B1a	FUNZIONI ASSOCIATE	Promozione e sviluppo di accordi di cooperazione nell'ambito del sistema camerale tesi all'efficientamento dei servizi interni mediante la realizzazione di protocolli d'intesa per lo svolgimento di funzioni in forma associata.	1B1a – 8 Realizzazione ed attuazione di almeno 2 accordi per la realizzazione di funzioni associate	
Promozione dell'efficienza e semplificazione dei processi interni	1B3a	AUTOMAZIONE DEI SERVIZI- GESTIONE DOCUMENTALE	Implementazione di sistemi innovativi automatizzati per la gestione dei flussi documentali e dei provvedimenti amministrativi. Utilizzo privilegiato dei servizi di PEC, posta elettronica ordinaria e modulistica in formato elettronico	1B3a – 11 Riduzione del numero di spedizioni di posta prioritaria e raccomandate nell'ordine del 5%rispetto al dato 2014. 1B3a - 12 Riduzione spese di consumo per carta nell'ordine del 5% rispetto al dato 2014.	€ 16.000,00

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

Consolidamento e sviluppo di sinergie interistituzionali utili per la promozione la crescita economico-sociale del territorio.	2A1a	SVILUPPO DI ASSET STRATEGICI PER IL TERRITORIO	Promozione e sviluppo di accordi di partenariato con asset strategici per lo sviluppo dell'economia provinciale orientati a promuovere sul territorio e fra le aziende servizi ad elevato valore aggiunto e offrire opportunità commerciali, con particolare attenzione alle infrastrutture presenti sull'asse Orte-Civitavecchia ed in modo specifico Centro Mercè Orte e Porto di Civitavecchia	2A1a-13 Stesura di almeno 2 protocolli d'intesa con per la valorizzazione e diffusione di servizi ad alto valore aggiunto finalizzati a favorire lo sviluppo di politiche commerciali delle aziende della Tuscia.	
Consolidamento e sviluppo di sinergie interistituzionali utili per la promozione la crescita economico-sociale del territorio.	2A2a	QUALIFICAZIONE DEI GAL QUALI STRUMENTI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE DEL TERRITORIO	Coordinamento ed indirizzo delle azioni di sviluppo dei futuri GAL e delle relative progettualità.	2A2a-14 Predisposizione della progettazione di almeno 1 GAL relativamente alla nuova programmazione.	
Consolidamento e sviluppo di sinergie interistituzionali utili per la promozione la crescita economico-sociale del territorio.	2A3a	TAVOLO SULLA CASTANICOLTURA PROVINCIALE	Gestione tavolo di concertazione per analisi delle problematiche concernenti la castanicoltura, studio ed utilizzazione di strumenti di contenimento e/o risoluzione della situazione di crisi. Partecipano Ministero Politiche Agricole, Comuni castanicoli, Università della Tuscia, Regione Lazio, Associazioni Agricoltori.	2A3a-15 Organizzazione di almeno 3 incontri finalizzati alla realizzazione delle attività tecniche.	

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

Marketing territoriale	2C4a	SOSTEGNO AD INIZIATIVE DI ENTI ED ORGANISMI PER LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO	Partecipazione in forma associativa ad Enti, società, organismi locali, regionali e nazionali che esercitano attività di rilevanza strategica per il perseguimento dei fini istituzionali dell'Ente e gestione delle relative quote associative. 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 e dei prodotti.	2C4a-24 Compartecipazione e/o sostegno ad almeno 4 iniziative di promozione del territorio	45.000,00
Rafforzare il posizionamento delle imprese della Tuscia sui mercati nazionali ed internazionali in raccordo con la tutela del made in Italy	3A3a	SPORTELLO PROMOZIONE RETI DI IMPRESA	In continuità con gli interventi già attuati nelle precedenti annualità, il progetto si caratterizza per la realizzazione di iniziative di promozione della cultura dell'aggregazione, per l'attivazione dello strumento delle reti di impresa, attraverso la redazione e sottoscrizione di specifici contratti di rete, orientati prevalentemente all'internazionalizzazione, alla qualificazione del made in Italy, alla valorizzazione dell'offerta turistica, all'innovazione tecnologica ed organizzativa. A tal fine si prevede di realizzare delle iniziative formative specificatamente dedicate per i seguenti settori economici: agroalimentare, turismo, artigianato/industria. Al fine di agevolare la diffusione della cultura dell'aggregazione e promuovere lo strumento dei contratti di rete è necessario arricchire le	3A3a-29 Realizzazione di almeno 3 iniziative formative dedicate; 3A3a-30 Costituzione di un tavolo di lavoro con gli ordini Professionali per la promozione delle reti di impresa; 3A3a-31 Predisposizione di almeno 2 contratti di rete	2000

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

			competenze dei professionisti operanti sul territorio e creare sinergie utili con gli ordini professionali e le associazioni di categoria per stimolare la nascita di nuove aggregazioni di imprese. A tal fine si prevede di costituire un tavolo di lavoro con gli ordini professionali più le cui competenze sono più strettamente connesse al tema delle reti di impresa. Prosegue inoltre l'attività di assistenza diretta ai gruppi di imprese ai fini della costituzione delle reti partendo dall'analisi di pre-fattibilità fino alla redazione del contratto.		
--	--	--	---	--	--

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

STAFF COMUNICAZIONE					
PROGRAMMA STRATEGICO	CODICE PROGETTO OPERATIVO	PROGETTO OPERATIVO	DESCRIZIONE	OBIETTIVI OPERATIVI/ TARGET DI RISULTATO	BUDGET DI PROGETTO
Valorizzazione e promozione dell'ente camerale quale punto singolo di contatto per imprese e professionisti	1A1a	SPORTELLI E SERVIZI DEDICATI PER IMPRESE E PROFESSIONISTI	Istituzione dei seguenti sportelli dedicati che offrono l'opportunità ad imprese e professionisti, associazioni di categoria, agenzie per le imprese, ma anche ai comuni cittadini che coltivano l'idea di "una futura possibile impresa" di fruire di informazioni, formazione, supporto ed assistenza personalizzati sotto la guida di personale professionalizzato e qualificato: - Sportello accoglienza e primo orientamento; - Sportello Promozione turismo; - Sportello Reti di Impresa; - Sportello Credito; - Sportello Nuova Impresa, Imprenditoria femminile e Giovanile; - Internazionalizzazione; - Digital Economy e Comunicazione.	1A1a -1 Realizzazione di almeno 8 interventi formativi; 1A1a -2 Gestione dei contatti con almeno 1000 stakeholders; 1A1a -3 Realizzazione di almeno 20 incontri dedicati con Associazioni e Professionisti	
Valorizzazione e promozione dell'ente camerale quale punto singolo di contatto per imprese e professionisti	1A2a	COMUNICAZIONE INTEGRATA	Gestione integrata delle informazioni inerenti i servizi, i progetti e le attività camerali in generale al fine di rafforzare il ruolo della Camera quale punto unico di contatto per imprese, professionisti, associazioni di categoria, istituzioni pubbliche e private. La comunicazione è gestita utilizzando tutte le possibili forme di contatto, dal front office al telefono, privilegiando le tecnologie informatiche/telematiche, la valorizzazione dei siti internet, l'implementazione dei servizi on-line. Rafforzamento dei rapporti con le Associazioni di categoria che possono favorire la veicolazione in modo efficace delle informazioni e dei servizi	1A2a -5 Revisione ed ottimizzazione dei Siti Internet dell'Ente camerale e Azienda Speciale secondo un'impostazione 2.0 1A2a -6 Incremento del 10% dei destinatari che ricevono la newsletter settimanale; 1A2a -7 Attivazione social network per l'Ente camerale	€ 25.000,00

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

			camerale alle imprese associate. Miglioramento e valorizzazione dei siti internet istituzionali della Camera di Commercio e dell'Azienda Speciale ed implementazione dei servizi on line.		
Marketing Territoriale	2C2a	COORDINAMENTO DELLA PROMOZIONE DELLE FESTE DEL VINO CASTAGNA E OLIO	Coordinamento della promozione delle Feste del Vino, Castagna e Olio rafforzando la sinergia tra i Comuni partecipanti e con le imprese aderenti al progetto "Turismo integrato" e "Marchio Collettivo Tuscia Viterbese"	2C2a-20 Ampliamento della rete dei Comuni che partecipano al coordinamento delle Feste rispetto al 2014; 2C2a-21 Organizzazione di almeno 2 incontri formativi/informativi con i rappresentanti dei Comuni per elevare la qualità delle manifestazioni e creare sinergie con gli operatori economici delle reti Tuscia Welcome e Marchio Tuscia Viterbese.	€ 20.000,00
Rafforzare il posizionamento delle imprese della Tuscia sui mercati nazionali ed internazionali in raccordo con la tutela del made in Italy	3A6a	PROMOZIONE DELLA DIGITAL ECONOMY	In coerenza con il programma nazionale per la cultura digitale verrà istituito un "Servizio dedicato alla Digital Economy" che gestirà l'informazione, la formazione e l'assistenza tecnica a favore di aziende locali che potranno così scoprire le opportunità offerte dall'economia digitale, iniziando a rafforzare il proprio percorso di digitalizzazione attraverso attività di promozione on line, attivazione di forme di e-commerce, definizione di campagne di marketing on line. Al fine di agevolare tale percorso e gli investimenti nella digital economy saranno promossi accordi e forme di aggregazione fra imprese finalizzati anche al contenimento degli investimenti.	3A6a – 35 Coinvolgimento di almeno 20 aziende nei servizi di promozione e realizzazione di interventi di digital economy.	10.000,00

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

STAFF INTERNAZIONALIZZAZIONE E MARKETING					
PROGRAMMA STRATEGICO	CODICE PROGETTO OPERATIVO	PROGETTO OPERATIVO	DESCRIZIONE	OBIETTIVI OPERATIVI/ TARGET DI RISULTATO	BUDGET DI PROGETTO
Valorizzazione e promozione dell'ente camerale quale punto singolo di contatto per imprese e professionisti	1A1a	SPORTELLI E SERVIZI DEDICATI PER IMPRESE E PROFESSIONISTI	Istituzione dei seguenti sportelli dedicati che offrono l'opportunità ad imprese e professionisti, associazioni di categoria, agenzie per le imprese, ma anche ai comuni cittadini che coltivano l'idea di "una futura possibile impresa" di fruire di informazioni, formazione, supporto ed assistenza personalizzati sotto la guida di personale professionalizzato e qualificato: - Sportello accoglienza e primo orientamento; - Sportello Promozione turismo; - Sportello Reti di Impresa; - Sportello Credito; - Sportello Nuova Impresa, Imprenditoria femminile e Giovanile; - Internazionalizzazione; - Digital Economy e Comunicazione.	1A1a -1 Realizzazione di almeno 8 interventi formativi; 1A1a -2 Gestione dei contatti con almeno 1000 stakeholders; 1A1a -3 Realizzazione di almeno 20 incontri dedicati con Associazioni e Professionisti	
Marketing Territoriale	2C1a	TURISMO	Istituzione di un "Servizio dedicato alla promozione del turismo" con la finalità di: - Consolidare il modello di sviluppo "turismo integrato" ("Tuscia Welcome") e la sinergia con le azioni di promozione delle eccellenze, in particolare, di quelle contraddistinte dal Marchio Collettivo Tuscia Viterbese, anche nell'ambito delle Feste del Vino della Castagna e dell'Olio e di ulteriori iniziative promosse da altri Enti e/o Associazioni, sostenute e/o partecipate dalla Camera di Commercio, con un'attenzione particolare rivolta ad EXPO 2015;	2C1a-18 Incremento del 5% delle imprese partecipanti al progetto Tuscia Welcome; 2C1a-19 Gestione della presenza delle imprese ad almeno 2 iniziative di promozione turistica.	40.000,00

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

			- Promuovere la partecipazione delle imprese a manifestazioni e workshop locali e regionali di promozione turistica ed altre iniziative a valenza turistica in compartecipazione ad altri Enti ed Organismi operanti sul territorio, e in raccordo con le iniziative del sistema camerale, della Regione Lazio e degli Enti di promozione collegati. - Realizzare attività di formazione e supporto dedicate a migliorare la capacità competitiva delle imprese operanti nel settore del turismo anche attraverso la sensibilizzazione verso strumenti di comunicazione e marketing on-line.		
--	--	--	---	--	--

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

Marketing Territoriale	2C3a	MARCHIO COLLETTIVO TUSCIA VITERBESE: Promozione e Valorizzazione	Prosecuzione delle azioni mirate alla valorizzazione delle eccellenze produttive del territorio ed in particolare di quelle contraddistinte dal Marchio Collettivo Tuscia Viterbese anche attraverso la qualificazione delle stesse rispetto principi della Dieta Mediterranea. Realizzazione di attività formative e divulgative dedicate ai produttori e ai ristoratori sui principi della dieta mediterranea e i benefici per la salute. Promozione di iniziative specifiche anche attraverso il coinvolgimento della rete locale dei ristoranti che utilizzando i prodotti del Marchio realizzano piatti e menù tipici del territorio conformi al modello alimentare mediterraneo. Realizzazione di eventi di promozione collegati ad Expò 2015 da tenersi negli spazi dedicati alla Regione Lazio. Divulgazione di informazioni inerenti prodotti, disciplinari e modalità di adesione oltre che alla formazione ed informazione dei licenziatari del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese finalizzata al miglioramento degli standard qualitativi di prodotto e di servizio e ad una più competitiva collocazione degli stessi sui mercati nazionale ed internazionale anche attraverso forme di aggregazione di imprese.	2C3a-22 Incremento del 5% delle imprese aderenti al marchio collettivo Tuscia Viterbese. 2C3a-23 Realizzazione di almeno 1 evento di promozione dei prodotti del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese nell'ambito delle iniziative promosse in occasione di Expò 2015.	56.000,00
---------------------------	------	--	---	---	-----------

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

Rafforzare il posizionamento delle imprese della Tuscia sui mercati nazionali ed internazionali in raccordo con la tutela del made in Italy	3A5a	INTERNAZIONALIZZAZIONE	Rafforzamento del ruolo dell'Ente Camerale nel sostegno per le imprese esportatrici e le imprese potenzialmente interessate ad operare sui mercati internazionali, mediante la istituzione di uno “Sportello dedicato all’Internazionalizzazione”. Realizzazione di azioni di promozione internazionale che rispondano a specifiche analisi di prodotto/mercato anche in raccordo con le iniziative del sistema camerale o regionale. Realizzazione di azioni di promozione internazionale che rispondano a specifiche analisi di prodotto/mercato in raccordo con le iniziative del sistema camerale, della Regione Lazio e degli Enti di promozione collegati. Diffusione della cultura dell'internazionalizzazione, anche mediante azioni di promozione di percorsi formativi dedicati a figure professionali specializzate a fornire consulenza e supporto specifici per l'accesso ai mercati internazionali. Rafforzamento della Piattaforma Informativa WorldPass. Prosecuzione del servizio di domiciliazione dei certificati d'origine richiesti on-line nei Comuni del distretto di Civita Castellana.	3A5a-34 Coinvolgimento di almeno 100 imprese nei percorsi di internazionalizzazione.	77.000,00
Rafforzare il posizionamento delle imprese della Tuscia sui mercati nazionali ed internazionali in raccordo con	3A8a	GESTIONE DI INIZIATIVE DI VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY E DELLE PRODUZIONI LOCALI	Promozione delle manifestazioni fieristiche e degli workshop nazionali, regionali e locali, anche in raccordo con le iniziative del sistema camerale, della Regione Lazio e degli Enti di promozione collegati e supporto ed assistenza alle imprese partecipanti.	3A8a – 39 Coinvolgimento di almeno 80 imprese nelle iniziative di valorizzazione e promozione del made in Italy e delle produzioni locali.	62.000,00

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

la tutela del made in Italy					
AREA SERVIZI AMMINISTRATIVI STUDI ANAGRAFE E TUTELA DEL MERCATO					
PROGRAMMA STRATEGICO	CODICE PROGETTO OPERATIVO	PROGETTO OPERATIVO	DESCRIZIONE	OBIETTIVI OPERATIVI/ TARGET DI RISULTATO	BUDGET DI PROGETTO
Valorizzazione e promozione dell'ente camerale quale punto singolo di contatto per imprese e professionisti	1A1a	SPORTELLI E SERVIZI DEDICATI PER IMPRESE E PROFESSIONISTI	Istituzione dei seguenti sportelli dedicati che offrono l'opportunità ad imprese e professionisti, associazioni di categoria, agenzie per le imprese, ma anche ai comuni cittadini che coltivano l'idea di "una futura possibile impresa" di fruire di informazioni, formazione, supporto ed assistenza personalizzati sotto la guida di personale professionalizzato e qualificato: - Sportello accoglienza e primo orientamento; - Sportello Promozione turismo; - Sportello Reti di Impresa; - Sportello Credito; - Sportello Nuova Impresa, Imprenditoria femminile e Giovanile; - Internazionalizzazione; - Digital Economy e Comunicazione.	1A1a -1 Realizzazione di almeno 8 interventi formativi; 1A1a -2 Gestione dei contatti con almeno 1000 stakeholders; 1A1a -3 Realizzazione di almeno 20 incontri dedicati con Associazioni e Professionisti	
Valorizzazione e promozione dell'ente camerale quale punto singolo di contatto per imprese e professionisti	1A1b	SPORTELLI E SERVIZI DEDICATI PER IMPRESE E PROFESSIONISTI	Sportello Specialistico Servizi Anagrafico Certificativi: consulenza specifica formativa ed informativa diretta ad imprese, associazioni di categoria, professionisti ed agenzia per le imprese sulle tematiche inerenti gli adempimenti pubblicitari nel Registro Imprese, iscrizione all'albo delle Imprese Artigiane, requisiti professionali ed adempimenti amministrativi necessari per l'esercizio di attività economiche, anche tramite il call center	1A1b-4 Le azioni dello Sportello contribuiscono al raggiungimento dei target individuati nell'ambito del progetto "Sportelli e Servizi dedicati per imprese e professionisti"	€ 12.000,00
Promozione dell'efficienza e	1B1b	RECUPERO DIRITTO ANNUALE E CREDITI	Analisi dei crediti camerali diversi dal diritto annuale ed attuazione di misure di recupero e riscossione attraverso contatto diretto dei	1B1b – 9 Azioni di recupero diretto del diritto annuale nei confronti di almeno 12000 posizioni;	Gli oneri inerenti tale progetto sono imputati al

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

semplificazione dei processi interni		CAMERALI	debitori. Azioni finalizzate al miglioramento del tasso di riscossione del diritto annuale in particolare attraverso la gestione di una campagna di sensibilizzazione nei confronti delle imprese morose nell'anno 2014 al fine di promuovere lo strumento del ravvedimento operoso ed introitare il diritto annuale dovuto nei termini consentiti dalla legge la fruizione del ravvedimento (9 luglio 2015). Il progetto di recupero si articola nelle seguenti fasi: - Estrazione dell'elenco delle imprese morose anno 2014; - Analisi delle singole posizioni anche con riferimento alla situazione dei pagamento nel biennio precedente; - Acquisizione dei dati necessari a rintracciare le imprese; - Predisposizione note-tipo da inviare alle imprese per sollecitarle al pagamento promuovendo lo strumento del ravvedimento operoso; - Affidamento incarico all'Azienda speciale per la gestione dei solleciti sia in forma scritta che telefonica; - Gestione delle riscossioni avvenute tramite la campagna di sensibilizzazione.	1B1b – 10 Analisi di tutte le posizioni debitorie attive al 31/12/2014 ed attivazione delle azioni di recupero.	conto "Spese per la riscossione delle entrate"
--------------------------------------	--	----------	---	---	---

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

Semplificazione Amministrativa	2B1a	SPORTELLO UNICO ATTIVITA' PRODUTTIVE	Consolidamento delle attività per la semplificazione amministrativa attraverso: - Attività formative specificatamente dedicate ad imprenditori, associazioni di categoria e professionisti finalizzate alla diffusione dell'uso dei servizi telematici disponibili nel portale impresa inungiorno.gov.it ai fini degli adempimenti amministrativi necessari per l'avvio e/o la modifica di un'attività imprenditoriale; - Promozione di rapporti di collaborazione con le "Agenzie per le Imprese" al fine di sostenere il processo di semplificazione amministrativa che passa anche attraverso l'estensione dell'uso dei servizi digitali disponibili sulla piattaforma impresainungiorno, e la implementazione del "fascicolo unico di impresa", luogo digitale dove tutti i fatti riguardanti il rapporto PA-impresa trovano deposito e quindi accesso per le parti pubbliche e private interessate. - Costituzione di un tavolo di lavoro con i Comuni e gli altri interlocutori interessati per la realizzazione di un "fascicolo d'impresa" pienamente operativo con cui si arricchirà il "patrimonio informativo" detenuto dall'Ente Camerale che potrà gestire e rendere disponibile ad imprese e Pubbliche Amministrazioni.	2B1a-16 Realizzazione di 2 percorsi di formazione dedicati alle categorie professionali, associazioni di agenzie per le imprese che interagiscono con i SUAP.	
Semplificazione Amministrativa	2B2	SERVIZI INNOVATIVI	Promozione dei dispositivi di firma digitale quali strumenti necessari a imprese, professionisti e cittadini per l'accesso ai servizi	2B2a-17 Rilascio di n. 1200 dispositivi di firma digitale	10.000,00

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

			on-line della pubblica amministrazione.		
Valorizzazione e diffusione dell'informazione economica	2E1a	OSSERVATORIO ECONOMICO PROVINCIALE	Rafforzamento delle analisi economiche e dell'Osservatorio in sinergia con il Sistema Camerale, le Associazioni di categoria e l'Università degli Studi della Tuscia, rilevanti anche al fine di supportare le decisioni strategiche dell'Amministrazione Camerale	2E1a – 25 Realizzazione Polos 2E1a – 26 Realizzazione di almeno 4 report statistico/economici sulla Tuscia Viterbese.	10.000,00
Rafforzare il posizionamento delle imprese della Tuscia sui mercati nazionali ed internazionali in raccordo con la tutela del made in Italy	3A1a	SERVIZIO NUOVA IMPRESA	Gestione Sportello Dedicato Nuova Impresa in coordinamento con i Servizi per l'Imprenditoria Femminile e Giovanile di prima informazione e orientamento a cui affiancare incontri seminariali su tematiche strettamente connesse alla creazione e gestione d'impresa, con sessioni dedicate in particolare allo sviluppo delle competenze commerciali, all'accesso ad innovative formule di credito e alle aggregazioni di impresa (reti).	3A1a – 27 Le azioni di realizzazione del programma contribuiscono al raggiungimento dei target individuati nell'ambito del programma "Sportelli e Servizi dedicati per imprese e professionisti".	
Rafforzare il posizionamento delle imprese della Tuscia sui mercati nazionali ed internazionali in raccordo con la tutela del made in Italy	3A2a	IMPRENDITORIA FEMMINILE	Erogazione di servizi per la nuova imprenditorialità anche in coordinamento con i servizi nuova impresa, digital economy, e credito. In particolare si prevede il seguente programma di attività: - Istituzione di uno Sportello Dedicato in coordinamento con i Servizi per la nuova Imprenditorialità e Imprenditoria giovanile; - seminari formativi a favore sia di imprenditrici che aspiranti imprenditrici anche in collaborazione con BIC Lazio. - n. 2 incontri sul tema portante dell'innovazione sia nel campo agro-alimentare - la "coltura della canapa"	3A2a-28 Realizzazione di almeno 3 iniziative formative-informative	10.000,00

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

			che nel campo tecnologico con le “stampanti in 3D”; - n. 3 incontri con rappresentanti istituzionali del territorio al fine di approfondire tematiche di interesse per l’imprenditoria femminile.		
--	--	--	--	--	--

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

Rafforzare il posizionamento delle imprese della Tuscia sui mercati nazionali ed internazionali in raccordo con la tutela del made in Italy	3A4a	CREDITO	Coordinamento e gestione di un tavolo di confronto fra Istituti di credito e Confidi per approfondimenti in ordine alle difficoltà riscontrate dalle imprese nell'accesso al credito e sugli strumenti ed i possibili interventi per superare tale problematica. Al riguardo si prevede l'istituzione di una Commissione Consiliare per la gestione del tavolo Istituzione di uno Sportello dedicato che possa orientare e fornire informazioni alle imprese circa le opportunità, le agevolazioni e gli interventi posti in essere da istituti di credito e CONFIDI.	3A4a – 32 Realizzazione di almeno 3 incontri Banche Confidi; 3A4a – 33 Stesura di linee guida relativamente agli strumenti di accesso al credito	10.000
Rafforzare il posizionamento delle imprese della Tuscia sui mercati nazionali ed internazionali in raccordo con la tutela del made in Italy	3A7a	PROMOZIONE DELL'AGROALIMENTARE	Gestione e supporto delle certificazioni agroalimentari di qualità. Promozione sviluppo del paniere di prodotti certificati. Attività di controllo sulla produzione integrata settore ortofrutticolo.	3A7a – 36 Realizzazione dei controlli sulle certificazioni agroalimentari di qualità in conformità a quanto previsto dai Piani di controllo. 3A7a – 37 Realizzazione dei controlli, a domanda, sulla produzione integrata settore ortofrutticolo. 3A7a - 38 Realizzazione di almeno 2 iniziative di valorizzazione dei prodotti a DOP e IGP in raccordo con le iniziative di promozione turistica e del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese.	3.000,00
Iniziative per la regolazione del mercato	3B1a	CONCILIAZIONE E ARBITRATO	Realizzazione di una campagna di informazione e divulgazione degli strumenti di mediazione e conciliazione. Gestione puntuale delle pratiche relative alla mediazione, quale condizione di procedibilità della domanda giudiziale nelle materie elencate dall'art. 5, comma 1, del D. Lgs. 28/2010.	3B1a – 40 Organizzazione di un evento di promozione e divulgazione del servizio di mediazione e delle attività dell'organismo.	
Iniziative per la regolazione del	3B1b	AZIONI DI SUPPORTO A TUTELA DELLA	Rafforzamento delle azioni di supporto rivolte in modo particolare alle imprese innovative, in	3B1b – 41 Realizzazione di 4 giornate di consulenza specializzata/workshop in	3.000,00

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

mercato		PROPRIETA' INDUSTRIALE	materia di tutela della proprietà industriale, attraverso il rafforzamento dei servizi informativi, la diffusione della cultura della tutela della proprietà industriale, e servizi di consulenza specialistica.	materia di proprietà industriale, lotta alla contraffazione etc....	
---------	--	------------------------	--	---	--

AZIENDA SPECIALE CE.F.A.S					
PROGRAMMA STRATEGICO	CODICE PROGETTO OPERATIVO	PROGETTO OPERATIVO	DESCRIZIONE	OBIETTIVI OPERATIVI/TARGET DI RISULTATO	BUDGET DI PROGETTO
Promozione dell'efficienza e semplificazione dei processi interni	1B2a	FUNDRAISING	Analisi e Progettazione diretta a cogliere le opportunità derivanti dall'accesso ai finanziamenti europei a gestione diretta e fondi strutturali.	1B2a – 42 Presentazione di almeno 5 progetti a valere sui finanziamenti a gestione diretta o fondi strutturali	15.000,00
Semplificazione Amministrativa	2B1b	SUAP: Azioni di supporto alla rete locale	Aggiornamento ed implementazione della rete locale degli SUAP. Il Progetto dovrà fungere da volano nel rafforzamento di “partenariati e/o progetti integrati territoriali”, coinvolgendo attori locali, rappresentativi delle diverse componenti economiche e sociali del territorio.	2B1b – 43 Realizzazione di n. 3 incontri periodici di aggiornamento.	15.000,00
Marketing Territoriale	2C3b	Sportello Marchio Tuscia Viterbese	Valorizzazione delle eccellenze produttive del territorio ed in particolare di quelle contraddistinte dal Marchio Collettivo Tuscia Viterbese anche attraverso la qualificazione delle stesse rispetto principi della Dieta Mediterranea. Supporto e formazione dei produttori in relazione ai disciplinari.	2C3b- 47 Incremento del 5% delle imprese aderenti al marchio collettivo Tuscia Viterbese. 2C3b- 48 Verifica di almeno il 20% delle imprese licenziatricie più tutte quelle	59.000,00

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

			Gestione delle attività tecniche correlate a garantire il rispetto dei disciplinari approvati e all'analisi delle nuove opportunità di ampliamento dei disciplinari gestiti con l'estensione della rosa dei prodotti/servizi attualmente contemplati.	nuove.	
Qualità del lavoro nelle imprese	2D1a	Azioni di supporto all'accesso del sistema della imprese e delle professioni alla formazione professionale continua	Favorire l'accesso del sistema delle imprese e delle professioni a forme di aggiornamento professionale finalizzate a qualificare e riqualificare i partecipanti. Per la programmazione e realizzazione degli interventi sarà attivato un sistema di rilevazione puntuale delle esigenze del tessuto economico provinciale, anche attraverso incontri one to one, in grado di rispondere con maggiore incisività ai fabbisogni espressi dall'utenza. In tale ambito saranno inoltre dedicati momenti formativi anche a carattere seminarile o convegnistico finalizzati ad approfondimenti monotematici o altamente specialistici.	2D1a – 49 Realizzazione del catalogo delle iniziative formative dell'Ente Camerale e dell'Azienda Speciale con almeno 20 iniziative formative	40.000,00
Qualità del lavoro nelle imprese	2D1b	ORIENTAMENTO ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO	Favorire l'accesso del sistema delle imprese e delle professioni a forme di aggiornamento professionale finalizzate a qualificare e riqualificare i partecipanti. Per la programmazione e realizzazione degli interventi sarà attivato un sistema di rilevazione puntuale delle esigenze del tessuto economico provinciale, anche attraverso incontri "one to one", in grado di rispondere con ancora maggiore incisività ai fabbisogni espressi dall'utenza. In tale ambito saranno inoltre dedicati momenti formativi anche di carattere seminariale o convegnistico finalizzati ad approfondimenti	2D1b – 50 Realizzazione di almeno 6 incontri di orientamento, divulgazione e formazione per target omogenei di studenti su professioni tecnico scientifiche, in collaborazione con le scuole	30.000,00

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

			monotematici o altamente specialistici. Prosecuzione degli interventi di “cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie in materia di alternanza scuola-lavoro e per l’orientamento al lavoro e alle professioni, in attuazione dell’articolo 2, co. 2, lettera n), del D.Lgs. 23/2010.		
Rafforzare il posizionamento delle imprese della Tuscia sui mercati nazionali ed internazionali in raccordo con la tutela del made in Italy	3A1b	SERVIZIO NUOVA IMPRESA	Promozione e sostegno dell’autoimpiego per la creazione, il decollo, lo sviluppo e la sostenibilità di nuove imprese anche mediante il consolidamento dello sportello camerale per l’imprenditoria giovanile, nell’ambito del programma “Garanzia Giovani”.	3A1b - 44 Coinvolgimento di almeno 30 imprese che possono usufruire del programma Garanzia Giovani.	10.000,00
Rafforzare il posizionamento delle imprese della Tuscia sui mercati nazionali ed internazionali in raccordo con la tutela del made in Italy	3A7b	FILIERE AGROALIMENTARI: AZIONI DI SUPPORTO	Monitoraggio parassiti della castagna e gestione coordinata degli interventi di contrasto con pubblicazione e diffusione dei risultati. Avvio di un’attività di diffusione delle informazioni relative alle nuove emergenze e monitoraggio dello stato della castanicoltura locale anche alla luce di nuove emergenze quali, ad esempio, i marciumi provocati da <i>Gnomoniopsis castanea</i>. Supporto e valorizzazione delle filiere del nocciolo e del castagno e prosecuzione della pubblicazione tecnico scientifica <i>Corylus & Co</i>.	3A7b – 45 Realizzazione di almeno 1 un ciclo di monitoraggio sui due principali fitofagi del castagno. 3A7b – 46 Realizzazione di almeno una attività di diffusione delle informazioni circa la nuova emergenza del castagno con presentazione dei risultati scientifici prodotti.	20.000,00

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

3.5 Obiettivi Strategici in materia di Trasparenza e Anticorruzione

La legge delega 4 marzo 2009, n. 15, ed il D.Lgs 150/2009 introducono il concetto di trasparenza intesa come *“accessibilità totale ... delle informazioni concernenti ogni aspetto dell’organizzazione, degli indicatori relativi agli andamenti gestionali e all’utilizzo delle risorse per il perseguimento delle funzioni istituzionali, dei risultati dell’attività di misurazione e valutazione ... allo scopo di favorire forme diffuse di controllo del rispetto dei principi di buon andamento ed imparzialità. Essa costituisce livello essenziale delle prestazioni erogate dalle amministrazioni pubbliche ai sensi dell’art. 117, comma 2, lett. m) della Costituzione”*.

L’**accessibilità totale** presuppone l’accesso da parte dell’intera collettività a tutte le **“informazioni pubbliche”**, secondo il paradigma della “libertà di informazione” dell’*open government* di origine.

Il principale modo di attuazione di tale disciplina è la **pubblicazione sui siti istituzionali di una serie di dati**. Tale **pubblicazione risulta** anche strumentale rispetto all’esigenza di prevenzione della corruzione nelle Pubbliche Amministrazioni ed al **perseguimento di obiettivi di legalità, sviluppo della cultura dell’integrità ed etica pubblica, nonché di buona gestione delle risorse pubbliche**.

Al fine di perseguire le finalità individuate oltre a provvedere, entro il 31 gennaio 2015, all’aggiornamento del Piano Triennale per la Trasparenza ed alla **pubblicazione dei dati e delle informazioni in conformità a quanto previsto dalla normativa vigente**, sono individuate le seguenti iniziative:

1. Pubblicazione del **Bilancio Sociale**;
2. Realizzazione di **indagini di customer satisfaction** generali sulla Camera di Commercio e specificatamente rivolte a verificare l’efficacia e la qualità di singoli servizi e iniziative;
3. Miglioramento continuo della **comunicazione con cittadini ed imprese** attraverso la revisione dei siti internet istituzionali, newsletter, sviluppo della capacità di accoglienza e servizio.

3.6 Obiettivi assegnati al personale Dirigenziale

Al Segretario Generale e al Dirigente è assegnata la gestione dei programmi delineati nel quadro programmatico relativamente all’area di competenza.

In particolare al **Dirigente dell’Area Servizi Amministrativi Studi, Anagrafe e Tutela del Mercato** è assegnata la gestione dei progetti facenti capo alle seguenti strutture: Anagrafe, Bilancio e gestione del Personale; Studi Statistica, Servizi Finanziari, Qualità e 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 Comunicazione.

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.

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

Oltre alla gestione dei progetti strategici, **al Segretario Generale** Francesco Monzillo sono assegnati i seguenti obiettivi per l'anno 2015:

OBIETTIVI DI PROGRAMMAZIONE

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

DESCRIZIONE	TARGET	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 e messa in atto di interventi correttivi.	Messa in atto di interventi correttivi entro il mese di luglio	15%

OBIETTIVI DI GESTIONE

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

DESCRIZIONE	TARGET	PESO
1) Indagini volte a rilevare il benessere organizzativo, il grado di condivisione del sistema di valutazione e la valutazione dei propri superiori	=1	20%
2) Attivazione di processi rivolti al miglioramento del grado di soddisfazione dell'utenza, attraverso strumenti quali l'ampliamento dell'orario di apertura al pubblico, la revisione del sito internet, l'attivazione di nuovi strumenti di comunicazione, l'attivazione di nuovi sportelli dedicati all'utenza	Incremento dell'orario di apertura al pubblico: $\geq 20\%$ Attivazione di nuovi Sportelli ≥ 2	35%

OBIETTIVI DI RELAZIONE E COORDINAMENTO

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

DESCRIZIONE	TARGET	PESO
1) Valorizzazione della rete di rapporti con gli attori istituzionali pubblici, le Associazioni di Categoria e gli Ordini Professionali finalizzata alla semplificazione e razionalizzazione delle procedure amministrative e al miglioramento dei rapporti con il cittadino.	Stipula di almeno n. 2 Convenzioni con altre Camere di Commercio per la gestione delle finzioni in forma associata	30%

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

Oltre alla gestione dei progetti strategici sono assegnati al **Dirigente dell'Area Servizi Amministrativi Studi Anagrafe e Tutela del Mercato Dott.ssa Federica Ghitarrari** i seguenti obiettivi:

DESCRIZIONE	TARGET	PESO
Attività inerente la procedura di cancellazione d'ufficio ai sensi del DPR 247/2004 e dell'articolo 2190 del Codice Civile	N. pratiche di cancellazione trasmesse al giudice del registro ≥ 140	20%
Cura degli adempimenti connessi all'attività espletata dall'Ente come Autorità Pubblica di Controllo	Adozione manuale di gestione inerente i singoli Piani di Controllo DOP e IGP	30%
Analisi dei costi di processo della Camera di Commercio e Azienda Speciale Cefas:	Realizzazione di una analisi sulla base dei modelli standard forniti da Unioncamere	15%
Misurazione del grado di soddisfazione dell'utenza	N. 1 indagine di customer satisfaction	15%
Realizzazione e pubblicazione di reportistiche trimestrali di natura statistica	≥ 4 report	10%
Valorizzazione, in raccordo con il Segretario Generale, della rete di rapporti con gli attori istituzionali pubblici, le Associazioni di categoria e gli Ordini professionali finalizzata alla semplificazione e razionalizzazione delle procedure amministrative e al miglioramento dei rapporti con il cittadino	Stipula di almeno n. 2 Convenzioni con altre Camere di Commercio per la gestione delle funzioni in forma associata	10%

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	3	6	1
Analisi del contesto interno ed esterno	3	9	1
Definizione degli obiettivi strategici e delle strategie	3	3	2
Definizione degli obiettivi e dei piani operativi	10	6	1
Comunicazione del piano all'interno e all'esterno	2	6	1

Tra le possibili azioni di miglioramento del ciclo di gestione si evidenziano le seguenti:

- a. L'implementazione di strumenti che consentano di misurare al meglio la performance organizzativa al fine supportare la dirigenza nelle azioni di miglioramento che rendono l'organizzazione sempre più adeguata al raggiungimento dei fini istituzionali;
- b. Il coordinamento dei tempi di adozione dei provvedimenti amministrativi in cui sono definiti gli obiettivi strategici ed operativi con quelli mediante i quali sono definiti gli obiettivi individuali in modo tale che il Piano della Performance costituisca la completa rappresentazione degli obiettivi dell'Ente e sia maggiormente evidente il collegamento fra gli obiettivi del personale dirigenziale e non con quelli generali, strategici ed operativi dell'Ente;
- c. Il miglioramento dei flussi informativi interni (fra gli Uffici e la Struttura preposta al Controllo di Gestione) affinché la dirigenza e l'Organo di indirizzo politico possano disporre di una più qualificata informazione circa le opportunità e le criticità riscontrate rispetto alla realizzazione delle attività e al conseguimento dei risultati e possano essere utili per la futura attività programmatica;
- d. Analisi swot del contesto interno e del esterno di riferimento in cui si sviluppa la programmazione e l'azione camerale.

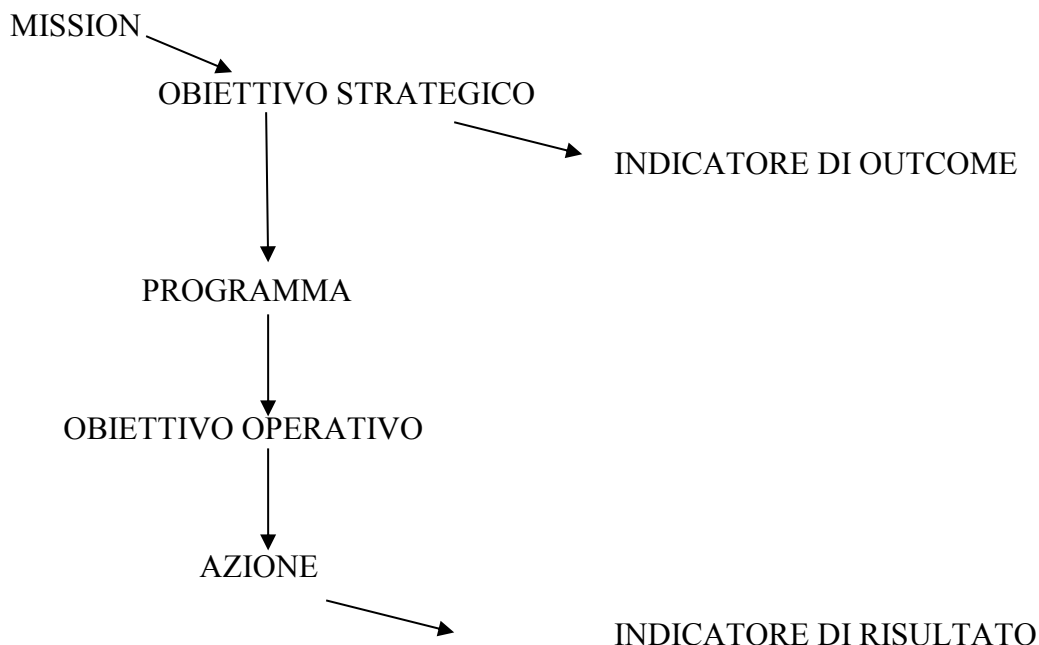
4.2 Coerenza con la programmazione economico-finanziaria e di bilancio

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:

- 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 di identificare le 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.

PIANO DEGLI INDICATORI E DEI RISULTATI ATTESI DI BILANCIO

ALBERO DEGLI INDICATORI DI OUTCOME E DEI RISULTATI ATTESI



OBIETTIVI STRATEGICI E INDICATORI DI OUTCOME

PRIORITÀ STRATEGICHE

1) COMPETITIVITÀ DELL'ENTE

Il quadro normativo attuale in cui si sta delineando la riforma complessiva del sistema camerale i cui elementi distintivi sono riconducibili principalmente alla ridefinizione delle circoscrizioni territoriali, al ridisegno delle competenze e al progressivo taglio del diritto annuale, dal 35%, al 40% per arrivare, a regime, al 50%, impone un profondo rinnovamento della mission del sistema camerale in tutte le sue articolazioni, sia a livello nazionale che a livello locale.

In modo particolare il prossimo triennio sarà caratterizzato da profondi cambiamenti, spesso radicali, delle attività e dei programmi camerali che dovranno essere riorientati in funzione delle competenze delle nuove Camere di Commercio.

Tale passaggio strategico è ancor più delicato in quanto si inserisce in uno scenario economico da cui emerge un Paese che ancora fatica a ritrovare la crescita, in un contesto Internazionale ed in particolare Europeo appesantito da un arretramento economico generalizzato che sta investendo anche i Paesi leader della zona Euro.

In questo complesso quadro di riferimento è necessario ripensare il ruolo della Camera di Commercio.

Allegato alla Delibera di Giunta n. 1.5 del 30.01.2015

Si dovrà tendere verso un modello di Amministrazione dinamica, propositiva, efficiente, al servizio delle imprese, che va incontro alle imprese e ai loro fabbisogni, con l'obiettivo di diventare l'istituzione di riferimento, il Punto Unico di Contatto, per la nascita e la crescita delle imprese.

Questo nuovo modello prevede anche nuove modalità e strumenti di comunicazione, sviluppando un approccio personalizzato, basato anche sull'utilizzazione di tecnologie digitali, per fornire risposte e servizi che soddisfino pienamente le istanze di imprenditori, aspiranti imprenditori e professionisti in modo che possano fattivamente contribuire alla crescita economica del territorio.

LINEE PROGRAMMATICHE

MISSIONE 032 "SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE"

1A) VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DELL'ENTE CAMERALE QUALE PUNTO SINGOLO DI CONTATTO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI.

INDICATORI STRATEGICI	OBIETTIVI STRATEGICI
Grado di soddisfazione dell'utenza in generale sui servizi erogati dall'Ente Camerale	Raggiungimento di un grado di soddisfazione dell'utenza in generale sui servizi erogati dall'Ente camerale nella misura di almeno l'80%

MISSIONE 032 "SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE"

1B) PROMOZIONE DELL'EFFICIENZA E SEMPLIFICAZIONE DEI PROCESSI INTERNI .

INDICATORI STRATEGICI	OBIETTIVI STRATEGICI
Tasso di incidenza degli oneri di funzionamento sugli oneri correnti	Riduzione del tasso di incidenza degli oneri di funzionamento sugli oneri correnti nella misura del 5%
Tasso di riscossione del diritto annuale.	Incremento dell'8% del tasso di riscossione del diritto annuale rispetto al 2014.

2) COMPETITIVITA' DEL TERRITORIO

In un contesto economico debole in cui mancano ancora segnali per una stabile ripresa economica, dove nonostante alcuni segnali di rallentamento della dinamica discendente dei consumi delle famiglie, la prolungata riduzione della propensione al consumo negli anni di crisi continua a penalizzare gli operatori delle filiere meno internazionalizzate ed in particolare il commercio al dettaglio, dove l'apporto dell'export che ha positivamente contribuito a mantenere le performance dei fatturati anche nelle piccole imprese, non ha conservato la stessa intensità nel corso del tempo, ed un tasso di disoccupazione vicino ai massimi storici, soprattutto nel segmento della popolazione giovanile, è necessario rafforzare il ruolo della Camera di Commercio come soggetto che parla al Paese promuovendo un clima culturale favorevole all'impresa e al lavoro, contribuendo con determinazione a migliorare le condizioni di contesto per la nascita e il rafforzamento delle imprese e generare benessere diffuso.

A tal fine, emerge la necessità di sostenere e promuovere attivamente politiche di semplificazione amministrativa che possano facilitare la nascita e l'esercizio dell'impresa, sostenere l'autoimpiego, sviluppare rapporti di collaborazione interistituzionali con Organismi Pubblici e Privati e creare sinergie utili allo sviluppo economico del territorio, promuovere le eccellenze e i distretti, volano per turismo e investimenti, sostenere la qualità del lavoro nelle imprese, preparare i giovani al mondo del lavoro, favorire l'incontro fra domanda e offerta di lavoro promuovendo l'alternanza scuola-lavoro, la certificazione delle competenze ed incidendo sulle scelte didattiche degli Istituti Scolastici in modo che siano più rispondenti alle esigenze delle imprese e dei mercati.

LINEE PROGRAMMATICHE:**MISSIONE 032 "SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE"****2A) CONSOLIDAMENTO E SVILUPPO DI SINERGIE INTERISTITUZIONALI UTILI PER LA PROMOZIONE E LA CRESCITA ECONOMICO-SOCIALE DEL TERRITORIO****MISSIONE 012 "REGOLAZIONE DEI MERCATI"****2B) SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA**

INDICATORI STRATEGICI	OBIETTIVI STRATEGICI
Tasso di incremento n. pratiche SUAP telematiche a livello provinciale	Incremento del 100% delle pratiche SUAP telematiche rispetto al 2014

MISSIONE 011 “COMPETITIVITÀ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”
2C) MARKETING TERRITORIALE

INDICATORI STRATEGICI	OBIETTIVI STRATEGICI
Flusso turistico provinciale	Incremento del 20% del flusso turistico provinciale rispetto al dato dell'anno 2013
Durata media presenza turisti	Incremento della durata media presenza turisti del 20%
Fatturato delle imprese licenziatricie del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese	Incremento medio del 20% del fatturato delle imprese licenziatricie del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese al 31.12.2013

MISSIONE 011 “COMPETITIVITÀ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”
2D) QUALITÀ DEL LAVORO NELLE IMPRESE

INDICATORI STRATEGICI	OBIETTIVI STRATEGICI
Grado di coinvolgimento delle imprese, del tessuto economico locale, alle iniziative di formazione professionale	Incremento del 50% del grado di coinvolgimento delle imprese, del tessuto economico locale, alle iniziative di formazione professionale realizzate dall'Ente rispetto al 31/12/2014

MISSIONE 011 “COMPETITIVITÀ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”
2E) VALORIZZAZIONE E DIFFUSIONE DELL'INFORMAZIONE ECONOMICA

3) COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

L'attuale fase economica ha contribuito ancor più ad innalzare il livello di competizione delle imprese, in modo particolare a livello internazionale.

Si rende pertanto necessario rafforzare le politiche di intervento, già avviate negli anni scorsi, finalizzate a migliorare la capacità competitiva e a favorire l'accesso, anche delle piccole imprese, a nuovi mercati nazionali ed internazionali.

A tal fine sono attivate azioni di promozione e diffusione della cultura dell'internazionalizzazione, anche mediante la formazione di figure professionali specializzate (export manager), la promozione della digital economy e dei vantaggi che ne possono derivare al fine di cogliere nuove opportunità di mercato, la promozione e la tutela delle eccellenze produttive agroalimentari mediante il sostegno delle DOP e IGP, le missioni e/o fiere nazionali ed internazionali nei settori economici di prevalente interesse strategico per il territorio.

LINEE PROGRAMMATICHE:**MISSIONE 016" COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO"****3A)RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY**

INDICATORI STRATEGICI	OBIETTIVI STRATEGICI
Fatturato Export Provinciale	Incremento del 15% del fatturato export provinciale rispetto al dato dell'anno 2013
Numero imprese aderenti al sistema delle certificazioni DOP e IGP	Incremento del 15% delle imprese aderenti al sistema delle certificazioni DOP e IGP rispetto all'anno 2014
Imprese giovanili e femminili iscritte nel registro delle imprese	Incremento del 15% di imprese giovanili e femminili iscritte nel registro delle imprese al 31.12.2014
Numero contratti di rete iscritti nel registro delle imprese della C.C.I.A.A. di Viterbo	Incremento del 100% del numero dei contratti di rete iscritti nel registro delle imprese al 31.12.2014
Numero imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione promosse dalla Camera di Commercio	Incremento del 20% del numero delle imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione realizzate dall'Ente rispetto al 2014.

MISSIONE 012" REGOLAZIONE DEI MERCATI"**3B) INIZIATIVE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO**

INDICATORI STRATEGICI	OBIETTIVI STRATEGICI
Livello di diffusione del servizio di Conciliazione/Mediazione (N. Conciliazioni-Mediazioni/Imprese attive)	Incremento del 10% Livello di diffusione del servizio di Conciliazione/Mediazione rispetto al dato dell'anno 2014

INDICATORI DI RISULTATO

MISSIONE:011 COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE						
LINEA PROGRAMMATICA: MARKETING TERRITORIALE						
AZIONE: TURISMO						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento delle imprese alle iniziative di turismo integrato	Qualità	N	N. imprese coinvolte anno 2015/N. imprese coinvolte anno 2014	Rilevazione della Camera	La percentuale di incremento delle imprese coinvolte nel progetto	Incremento del 5% delle imprese partecipanti al progetto Tuscia Welcome
Grado di coinvolgimento delle imprese alle iniziative di promozione turistica		N.	N. iniziative di promozione turistica attrattive per le imprese	Rilevazione della Camera	La capacità della Camera di garantire la presenza di un numero più elevato possibile di imprese ad iniziative di promozione turistica	Gestione della presenza delle imprese ad almeno 2 iniziative di promozione turistica

MISSIONE:011 COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE						
LINEA PROGRAMMATICA: MARKETING TERRITORIALE						
AZIONE: COORDINAMENTO FESTE DEL VINO CASTAGNA E OLIO						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Implementazione del numero dei Comuni partecipanti all'iniziativa	Qualità	n	N. Comuni aderenti anno 2015/N. Comuni aderenti anno 2014	Rilevazione della Camera	La percentuale dei Comuni aderenti all'iniziativa	Ampliamento della rete dei Comuni partecipanti rispetto all'anno 2014
Rafforzamento della sinergia con i Comuni per la valorizzazione del territorio	Qualità	n	N. incontri formativi/informativi con i rappresentanti dei Comuni	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa e di aggregazione dell'Ente	Organizzazione di almeno due incontri formativi/informativi con i rappresentanti dei Comuni

MISSIONE:011 COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE						
LINEA PROGRAMMATICA: MARKETING TERRITORIALE						
AZIONE: MARCHIO COLLETTIVO TUSCIA VITERBESE						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di adesione del tessuto imprenditoriale al Marchio Collettivo Tuscia viterbese	Qualità	%	N. imprese aderenti anno 2015/n. imprese aderenti anno 2014	Rilevazione della Camera	La percentuale di incremento delle imprese coinvolte nel progetto	Incremento del 5% delle imprese aderenti al Marchio rispetto al dato dell'anno 2014
Tasso di realizzazione di verifiche sul rispetto dei disciplinari	Efficienza	%	N. imprese licenziatarie controllate nell'anno/N. imprese licenziatarie totali	Rilevazione della Camera	La percentuale di controlli effettuati sul totale delle imprese licenziatarie	Verifica di almeno il 20% delle imprese licenziatarie piu' tutte quelle nuove.
Livello di diffusione del marchio collettivo Tuscia viterbese	Qualità	N.	N. eventi di promozione del Marchio organizzati direttamente dalla Camera di Commercio	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa e promozionale della Camera	Realizzazione di almeno 1 evento di promozione dei prodotti del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese nell'ambito delle iniziative promosse in occasione di Expo' 2015

MISSIONE:011 COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE						
LINEA PROGRAMMATICA: MARKETING TERRITORIALE						
AZIONE: SOSTEGNO AD INIZIATIVE DI ENTI ED ORGANISMI DIVERSI PER LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Livello di valorizzazione del	Qualità	N.	N. iniziative di valorizzazione	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa e	Compartecipazione e/o sostegno ad almeno 4

territorio			e del territorio compartecipat e o sostenute dall'ente camerale		promozional e della Camera	iniziative di promozione del territorio
------------	--	--	---	--	----------------------------------	---

MISSIONE 011 "COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE"**LINEA PROGRAMMATICA: QUALITA' DEL LAVORO NELLE IMPRESE****AZIONE: ORIENTAMENTO ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO**

Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Livello di formazione specialistica	Qualità	N.	N. incontri di orientamento, di divulgazione e di formazione per target omogenei di studenti	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa della Camera	Realizzazione di almeno 6 incontri di orientamento, divulgazione e formazione per target omogenei di studenti
Grado di divulgazione delle iniziative formative	Qualità	N.	N. iniziative divulgative	Rilevazione della Camera	La capacità attrattiva della Camera	Realizzazione di un catalogo delle iniziative formative dell'Ente camerale e dell'Azienda Speciale con almeno 20 iniziative formative

MISSIONE 012 "REGOLAZIONE DEI MERCATI"**LINEA PROGRAMMATICA: SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA****AZIONE: SUAP**

Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Attività di supporto alla rete locale dei SUAP	Qualità	N.	N. iniziative seminari e incontri di approfondimento	Rilevazione della Camera	La capacità della Camera di promuovere lo strumento di semplificazione	Realizzazione di n. 2 percorsi di formazione dedicati alle categorie

						professionali, associazioni di categoria e agenzie per le imprese che interagiscono con i SUAP; Realizzazione di n. 3 incontri periodici di aggiornamento
--	--	--	--	--	--	---

MISSIONE 012 “REGOLAZIONE DEI MERCATI”						
LINEA PROGRAMMATICA: SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA						
AZIONE: SERVIZI INNOVATIVI						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di diffusione dei dispositivi di firma digitale	Efficienza	N.	N. dispositivi di firma digitale rilasciati	Rilevazione della Camera	Il grado di efficienza dell'ente nel procedimento di rilascio	Rilascio di n. 1200 dispositivi di firma digitale

MISSIONE 012 “REGOLAZIONE DEI MERCATI”						
LINEA PROGRAMMATICA: INIZIATIVE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO						
AZIONE: CONCILIAZIONE ARBITRATO E TUTELA DELLA PROPRIETA' INDUSTRIALE						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di diffusione della cultura brevettuale	Qualità	N.	N. iniziative in materia di proprietà industriale	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa della Camera	Realizzazione di n. 4 giornate di consulenza specializzata/workshop in materia di proprietà industriale
Grado di diffusione del servizio di mediazione	Qualità	N.	N. iniziative in materia di mediazione	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa della Camera	Organizzazione di un evento di promozione e divulgazione del servizio di mediazione e delle attività dell'organismo

MISSIONE 16 “COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO”						
LINEA PROGRAMMATICA: RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY						
AZIONE:SERVIZIO NUOVA IMPRESA						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento delle imprese al programma Garanzia giovani	Qualità	N.	n. imprese coinvolte	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa della Camera	Coinvolgimento di almeno 30 imprese al programma garanzia giovani

MISSIONE 16 “COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO”						
LINEA PROGRAMMATICA: RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY						
AZIONE:IMPRENDITORIA FEMMINILE						
Indicator e	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Diffusione dei servizi reali e finanziari alle imprese	Qualità	N.	N. iniziative formative/informative	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa della Camera	Realizzazione di almeno 3 iniziative formative-informative

MISSIONE 16 “COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO”						
LINEA PROGRAMMATICA: RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY						
AZIONE:SPORTELLO PROMOZIONE RETI DI IMPRESA						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Implementazione e azioni di supporto alle	Qualità	N.	N. contratti di rete	Rilevazione della Camera	Capacità di aggregazione della Camera	Predisposizione e di almeno 2 contratti di rete

imprese per la costituzione dei contratti di rete						
Livello di diffusione delle reti di impresa	Qualità	N.	N. iniziative dedicate	Rilevazioni e della Camera	Capacità di organizzazione e della Camera	Realizzazione di almeno 3 iniziative formative Costituzione di un tavolo con gli Ordini Professionali per la promozione delle reti di impresa

MISSIONE 16 “COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO”

LINEA PROGRAMMATICA: RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY

AZIONE: CREDITO

Indicatore	Tipologia	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Livello di incisività per favorire l'accesso al credito	Qualità	N.	N. incontri	Rilevazione della Camera	Capacità di aggregazione della Camera	Realizzazione di almeno 3 incontri Banche-confidi Stesura di linee guida relativamente agli strumenti di accesso al credito

MISSIONE 16 “COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO”						
LINEA PROGRAMMATICA: RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY						
AZIONE:INTERNAZIONALIZZAZIONE						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento delle imprese nei percorsi di internazionalizzazione	Qualità	N.	N. imprese coinvolte	Rilevazione della Camera	Capacità attrattiva della Camera	Coinvolgimento di almeno 100 imprese

MISSIONE 16 “COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO”						
LINEA PROGRAMMATICA: RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY						
AZIONE:PROMOZIONE DELLA DIGITAL ECONOMY						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento delle imprese nei servizi di promozione e realizzazione di interventi di digital economy	Qualità	N.	N. imprese coinvolte	Rilevazione della Camera	Capacità attrattiva della Camera	Coinvolgimento di almeno 20 imprese

MISSIONE 16 “COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO”						
LINEA PROGRAMMATICA: RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY						
AZIONE: PROMOZIONE DELL'AGROALIMENTARE						
Indicatore	Tipologia	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Rispetto delle percentuali di verifiche ispettive previste dai Piani di Controllo dei prodotti a DOP e IGP	Qualità	%.	N. operatori controllati per singola DOP/IGP/n. operatori iscritti	Rilevazione e della Camera	La percentuale dei controlli effettuati	100% verifiche previste dai singoli piani di controllo
Campagna di valorizzazione e dei prodotti a DOP e IGP	Qualità	N.	N. iniziative di valorizzazione e dei prodotti a DOP e IGP organizzate dalla Camera di Commercio	Rilevazione e della Camera	Il grado di incisività nella valorizzazione e dei prodotti	Realizzazione di almeno 2 iniziative di valorizzazione e in raccordo con le iniziative di promozione turistica e del marchio Collettivo
Campagna di monitoraggio sui due principali fitofagi del castagno	Qualità	N.	N. iniziative di monitoraggio e diffusione delle informazioni	Rilevazione e della Camera	Il grado di incisività della Camera nelle attività di studio e monitoraggio	Realizzazione di almeno 1 ciclo di monitoraggio sui due principali fitofagi del castagno e realizzazione di almeno una attività di diffusione delle informazioni circa la nuova emergenza del castagno con

						presentazione dei risultati scientifici prodotti
--	--	--	--	--	--	---

MISSIONE 16 “COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO”						
LINEA PROGRAMMATICA: RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY						
AZIONE: GESTIONE DI INIZIATIVE DI VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY E DELLE PRODUZIONI LOCALI						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di valorizzazione e promozione del made in Italy	Qualità	N.	N. imprese coinvolte	Rilevazione della Camera	Capacità attrattiva della Camera	Coinvolgimento di almeno 80 imprese

MISSIONE 32 “SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”						
LINEA PROGRAMMATICA: VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DELL'ENTE CAMERALE QUALE PUNTO SINGOLO DI CONTATTO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI						
AZIONE: SPORTELLI E SERVIZI DEDICATI PER IMPRESE E PROFESSIONISTI						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento degli stakeholders	Qualità	N.	N. iniziative dirette agli stakeholders	Rilevazione della Camera	Incisività della Camera nell'ottica di semplificazione	Realizzazione di almeno 8 interventi formativi; Gestione di contatti con almeno 1000 stakeholders; Realizzazione di almeno 20 incontri

						dedicati con Associazioni e Professionisti
--	--	--	--	--	--	---

MISSIONE 32 “SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”						
LINEA PROGRAMMATICA: VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DELL’ENTE CAMERALE QUALE PUNTO SINGOLO DI CONTATTO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI						
AZIONE: COMUNICAZIONE INTEGRATA						
Indicatore	Tipologia	Unita’ di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Implementazione e della capacità di comunicazione dell’Ente	Qualità	N.	N.iniziativa dirette agli stakeholder s	Rilevazione e della Camera	Incisività della Camera nell’ottica di semplificazione e miglioramenti dei servizi	Revisione e ottimizzazione e dei Siti Internet dell’ente camerale e azienda Speciale; incremento del 10% dei destinatari che ricevono la neglette settimanale attivazione del social network per l’Ente camerale

MISSIONE 32 “SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”						
LINEA PROGRAMMATICA: PROMOZIONE DELL’EFFICIENZA E SEMPLIFICAZIONE DEI SERVIZI						
AZIONE: EFFICIENTAMENTO DEI SERVIZI E DELLE FUNZIONI						
Indicatore	Tipologia	Unita’ di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di promozione e	Qualità	N.	N.iniziativa di cooperazione	Rilevazione della	La capacità associativa	Realizzazione ed attuazione

sviluppo di accordi di cooperazione nell'ambito del sistema camerale				Camera	della Camera	di almeno 2 accordi per la realizzazione di funzioni associate
--	--	--	--	--------	--------------	--

MISSIONE 32 “SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”						
LINEA PROGRAMMATICA: PROMOZIONE DELL’EFFICIENZA E SEMPLIFICAZIONE DEI SERVIZI						
AZIONE:RECUPERO DIRITTO ANNUALE E CREDITI CAMERALI						
Indicatore	Tipologia	Unita’ di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di recupero posizioni debitorie	Qualità	N.	N.iniziative di recupero	Rilevazione della Camera	La capacità della Camera di migliorare il grado di riscossione	Azioni di recupero diretto del diritto annuale nei confronti di almeno 1200 posizioni Analisi di tutte le posizioni debitorie attive al 31/12/2014 d attivazione delle azioni di recupero

MISSIONE 32 “SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”						
LINEA PROGRAMMATICA: PROMOZIONE DELL’EFFICIENZA E SEMPLIFICAZIONE DEI SERVIZI						
AZIONE:FUNDRAISING						
Indicatore	Tipologia	Unita’ di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di progettazione	Efficienza	N.	N.progetti presentati a valere sui finanziamenti	Rilevazione della Camera	La capacità progettuale della Camera	Presentazione di almeno 5 progetti a valere sui

			europei a gestione diretta o fondi strutturali			finanziamenti a gestione diretta o fondi strutturali
--	--	--	--	--	--	--

MISSIONE 32 “SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”						
LINEA PROGRAMMATICA: PROMOZIONE DELL’EFFICIENZA E SEMPLIFICAZIONE DEI SERVIZI						
AZIONE: AUTOMAZIONE DEI SERVIZI-GESTIONE DOCUMENTALE						
Indicatore	Tipologia	Unita’ di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Spedizioni di posta prioritaria e raccomandate	Efficienza	%	Numero di spedizioni effettuate nell’anno/Numero di spedizioni effettuate nell’anno 2014	Rilevazione della Camera	La percentuale di spedizioni effettuate nell’anno rispetto a quelle dell’anno 2014	Riduzione del 5% del numero di spedizioni rispetto all’anno 2014
Spese per consumo di carta	Efficienza	%	Spese di consumo di carta anno 2015/Spese di consumo di carta anno 2014	Rilevazione della Camera	La percentuale di spesa nell’anno rispetto a quella sostenuta nell’anno precedente	Riduzione del 5% rispetto all’anno 2014

MISSIONE 32 “SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”						
LINEA PROGRAMMATICA: CONSOLIDAMENTO E SVILUPPO DI SINERGIE INTERISTITUZIONALI UTILI PER LA PROMOZIONE E LA CRESCITA ECONOMICO-SOCIALE DEL TERRITORIO						
AZIONE: SVILUPPO DI ASSET STRATEGICI PER IL TERRITORIO						
Indicatore	Tipologia	Unita’ di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di promozione e	Qualità	N.	Numero di protocolli di	Rilevazione della	La capacità di aggregazione	Stesura di almeno 2

sviluppo di accordi di partenariato con asset strategici per lo sviluppo del territorio			intesa sottoscritti nell'anno	Camera	della Camera	protocolli di intesa
---	--	--	-------------------------------	--------	--------------	----------------------

MISSIONE 32 “SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”						
LINEA PROGRAMMATICA: CONSOLIDAMENTO E SVILUPPO DI SINERGIE INTERISTITUZIONALI UTILI PER LA PROMOZIONE E LA CRESCITA ECONOMICO-SOCIALE DEL TERRITORIO						
AZIONE: QUALIFICAZIONE DEI GAL QUALI STRUMENTI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE DEL TERRITORIO						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di progettazione delle azioni di sviluppo dei futuri GAL	Qualità	N.	N. progetti	Rilevazione della Camera	La capacità di aggregazione e organizzazione della Camera	Predisposizione della progettazione di almeno 1 GAL

MISSIONE 32 “SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”						
LINEA PROGRAMMATICA: CONSOLIDAMENTO E SVILUPPO DI SINERGIE INTERISTITUZIONALI UTILI PER LA PROMOZIONE E LA CRESCITA ECONOMICO-SOCIALE DEL TERRITORIO						
AZIONE: TAVOLO SULLA CASTANICOLTURA PROVINCIALE						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Gestione del tavolo	Qualità	N.	N. incontri organizzati	Rilevazione della Camera	La capacità di aggregazione e organizzazione della Camera	Organizzazione di almeno 3 incontri finalizzati alla realizzazione delle attività

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI
VITERBO

Allegato alla Delibera di Giunta n. 1.5 del 30.01.2015

INDICATORI ECONOMICI

INDICATORI ECONOMICO PATRIMONIALI	2015						
Indicatore	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target 2014	Target 2014 da preconsuntivo 2014	Target 2015
Equilibrio economico della gestione corrente	%	Oneri correnti/Proventi correnti	Documenti di bilancio	L'incidenza degli oneri correnti rispetto ai proventi correnti	108	106,76	114,49
Incidenza costi strutturali	%	Oneri correnti - interventi economici/ Proventi correnti	Documenti di bilancio	L'incidenza dei costi di struttura rispetto ai proventi correnti	86	84,53	103,30
Interventi economici per impresa attiva*	%	Interventi economici /n. imprese attive al 31/12	Documenti di bilancio	Il valore medio degli interventi economici per impresa attiva	45	50,47	17,97
Equilibrio economico finanziario	rapporto	costi di struttura (al netto di imposte e tasse, quote associative e conferimento allo Stato/Proventi correnti (al netto fondo svalutazione crediti e contributi fondo perequativo	Documenti di bilancio	L'incidenza dei costi di struttura derivanti dalle attività proprie dell'Ente rispetto ai proventi correnti generati direttamente dall'Ente	Non superiori a 0,77	0,70	0,90
Incidenza delle spese di funzionamento rispetto al totale dei costi di struttura	%	costo spese di funzionamento/totale degli oneri correnti al netto degli interventi economici	Documenti di bilancio	Incidenza del costo delle spese di funzionamento rispetto al totale dei costi di struttura	32	31,66	31,56
Riscossione spontanea diritto annuale	%	riscossione spontanea diritto annuale/diritto annuale	Documenti di bilancio	grado di riscossione spontanea del diritto annuale	74	72,17	70,42

Nota: il target 2015 è condizionato dall'intervento legislativo che ha introdotto il taglio del 35% del provento da diritto annuale.