

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Allegato alla delibera della Giunta Camerale n. 1.2 del 31.01.2014

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.**

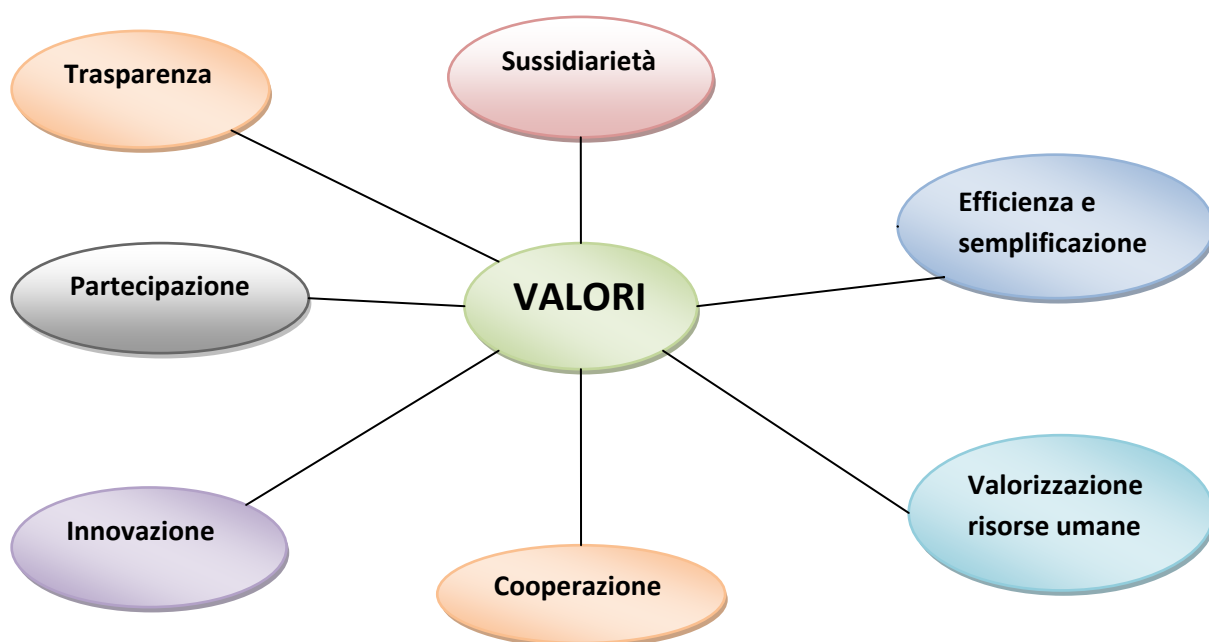
Per sostenere la competitività del sistema territoriale, la Camera di Commercio ha individuato i fattori che rappresentano il modello di sviluppo della provincia di Viterbo:

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

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

- **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**

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

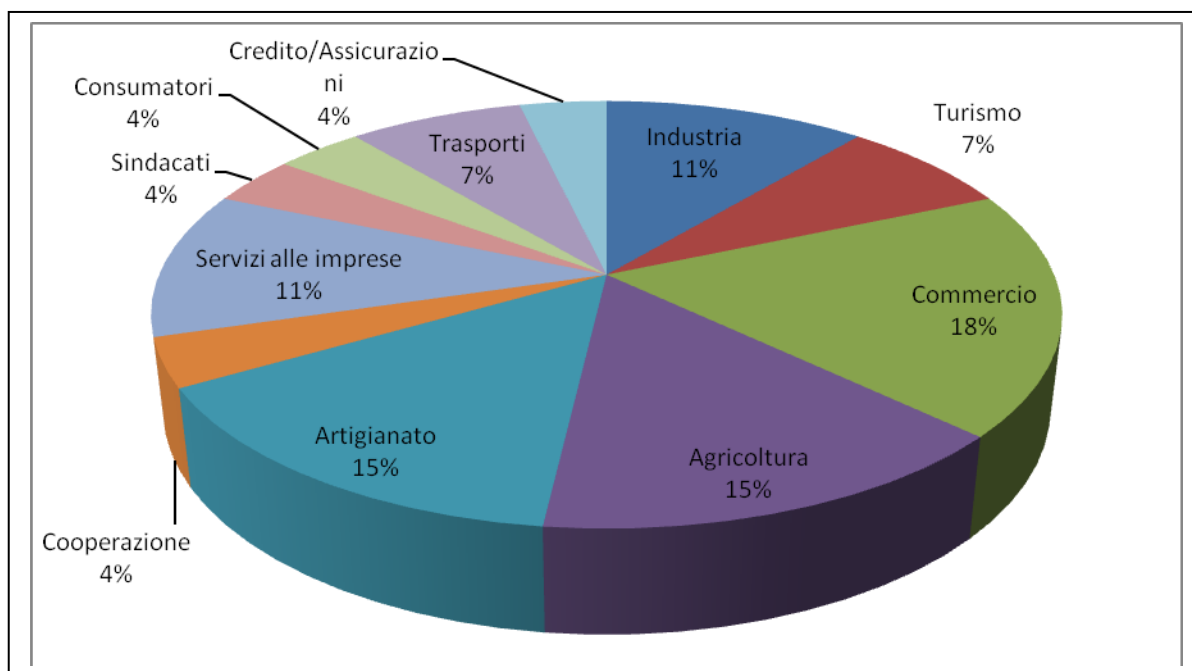
1. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI STAKEHOLDER ESTERNI

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.

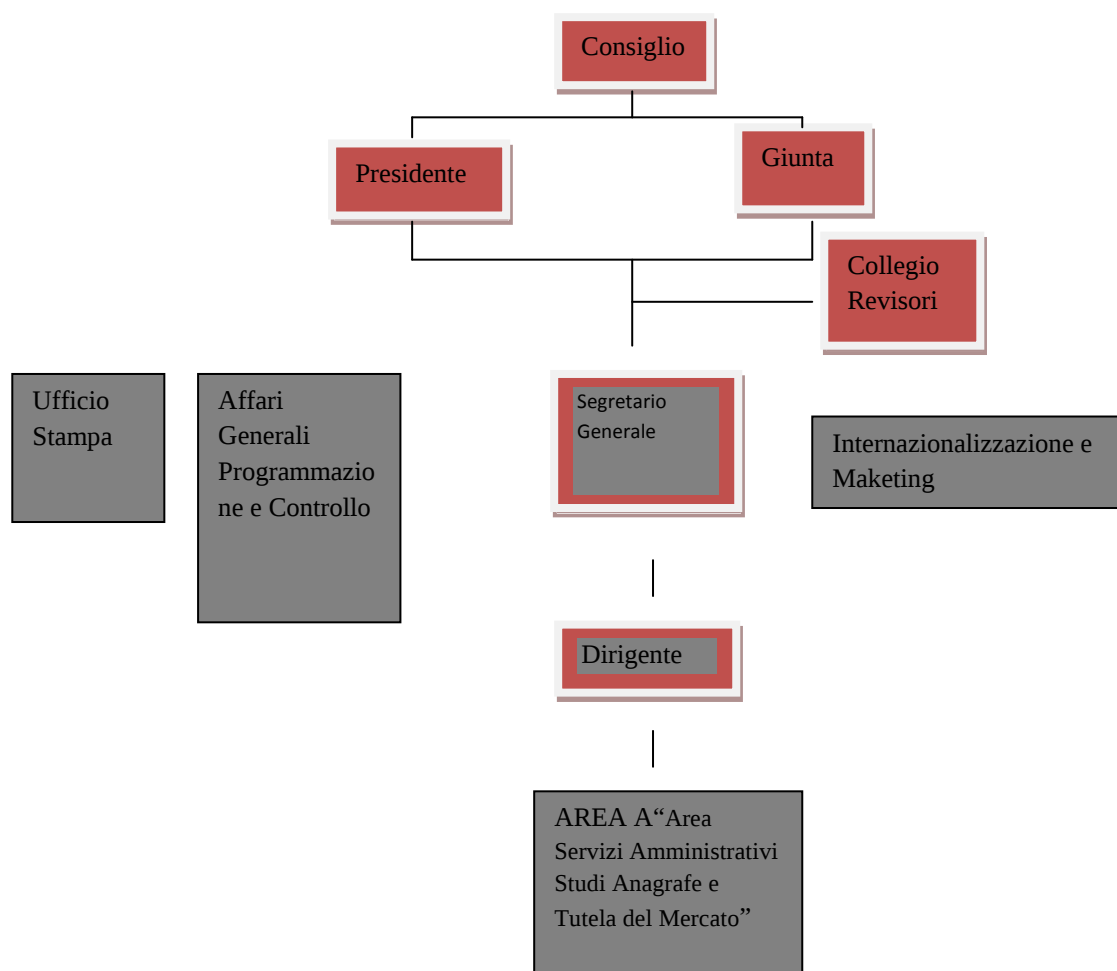
La Camera di Commercio è amministrata dalla Giunta, formata dal Presidente più 9 membri, eletta dal Consiglio, con funzioni di indirizzo, formato a sua volta da 27 consiglieri espressi dalle categorie economiche maggiormente rappresentative della provincia. Le funzioni di controllo sono affidate al Collegio dei Revisori dei Conti, composto da tre membri di nomina consiliare.



CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

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

- Attività di Regolazione del Mercato: composizione delle controversie derivanti dalle relazioni economiche tra imprese e tra imprese e cittadini.

1.3 Come operiamo

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

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

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

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

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

2. IDENTITÀ

2.1 L'Amministrazione in cifre

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

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

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

- Iniziative di qualificazione delle produzioni e dei servizi delle imprese locali con riferimento specifico alla filiera produttiva e alla fase di commercializzazione anche attraverso la definizione di appositi disciplinari di prodotto e conseguenti azioni promozionali, direttamente riconducibili, queste ultime, alle iniziative dello Sportello Marchio Tuscia Viterbese, istituito a decorrere dall'anno 2005;

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

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

Orario di apertura al pubblico

Camera di Commercio di Viterbo:

Dal lunedì al venerdì: dalle ore 9.30 alle ore 12.30

Lunedì e giovedì: dalle ore 15.30 alle ore 16.30

Azienda speciale 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

Camera di Commercio	Dirigenti	1
	Impiegati	57
	Totale	58
CeFAS		6

Ripartizione del personale per profilo professionale			
CCIAA	Impiegati	Profilo A	2
		Profilo B	1
		Profilo C	35
		Profilo D	19
	Dirigenti		1
	TOTALE		58

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Le partecipazioni

Codice fiscale società partecipata	Ragione sociale / denominazione	Quota % partecipazione diretta	Quota % partecipazione indiretta
00710050568	"CENTRO CERAMICA CIVITA CASTELLANA S.R.L."	13,65%	0%
03991350376	"ECOCERVED SOCIETA' CONSORTILE A RESPONSABILITA' LIMITATA", O IN BREVE "ECOCERVED S.C.A.R.L."	0%	0,002405%
04416711002	"ISTITUTO NAZIONALE RICERCHE TURISTICHE - ISNART - SOCIETA' CONSORTILE PER AZIONI" IN SIGLA "ISNART S.C.P.A." O "ISNART SCPA"	0,2%	0%
04117630287	"JOB CAMERE SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA", IN BREVE "JOB CAMERE S.R.L."	0,0024%	0,00086%
08618091006	"RETECAMERE - SOCIETA' CONSORTILE A RESPONSABILITA' LIMITATA" IN BREVE "RETECAMERE - S. CONS. R. L."	0,11%	0,00275%
06044201009	BORSA MERCI TELEMATICA ITALIANA S.C.P.A. (BMTI S.C.P.A.)	0,025%	0,00475%
08736711006	CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA - UNIVERSITAS MERCATORUM SOCIETA' CONSORTILE A RESPONSABILITA' LIMITATA O IN FORMA ABBREVIATA: CAMCOM - UNIVERSITAS MERCATORUM S.CONS.R.L.	0,72%	0%
04338251004	CONSORZIO PER L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA - S.C.R.L. IN FORMA ABBREVIATA DINTEC - S.C.R.L.	0,18%	0%
06561570968	DIGICAMERE-S.C.A.R.L.	0%	0,000845%
05131411000	I.C. SERVICE SRL	0%	0,0065%
03363590286	I.C. TECHNOLOGY SRL	0%	0,0065%
04408300285	IC OUTSOURCING SOCIETA' CONSORTILE A RESPONSABILITA' LIMITATA IN BREVE "IC OUTSOURCING S.C.R.L."	0,0064%	0,00024%

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA 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 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

Il quadro generale che emerge dall'analisi dell'indagine congiunturale pone in luce un clima di persistente e pervasiva difficoltà per le imprese dei diversi settori di attività che compongono il sistema economico della provincia di Viterbo. Nel periodo che va dal 2009 al 2012, infatti, la produzione ed il volume di affari delle imprese della provincia si sono ridotti complessivamente di circa un terzo. Anche l'occupazione interna ha risentito in maniera piuttosto severa dell'intensificazione del rallentamento dell'attività economica; oltre il 10% degli occupati della provincia, infatti, è stato estromesso dalle imprese nel corso del periodo considerato.

Nell'anno 2012, le performance economiche delle imprese della provincia di Viterbo hanno posto in luce ulteriori contrazioni. La produzione ha fatto registrare un calo del -10% mentre il fatturato è sceso del -8,5%; anche l'occupazione ha subito una nuova battuta d'arresto (-3,9%). Sono le imprese di più piccole dimensioni ad aver risentito di più della congiuntura economica negativa nel corso del 2012.

Il mercato del lavoro

L'analisi dei dati relativi alla variabile "demografia" consente di evidenziare alcuni aspetti del mercato del lavoro, e conseguentemente del potenziale di crescita del sistema economico viterbese.

Nel 2012 la popolazione residente nella provincia di Viterbo risulta pari a 312.274 persone ed il 51,4% della popolazione viterbese è di genere femminile. Sul totale dei residenti, il 12,6% risulta nella fascia di età compresa tra 0 e 14 anni, una percentuale leggermente inferiore sia rispetto alla media regionale (13,8%) che nazionale (14%). In linea con il processo demografico che da diverso tempo caratterizza l'evoluzione delle economie più mature, si evidenzia una presenza relativamente più ampia di popolazione residente oltre i 64 anni (21,9%), un dato superiore a quello regionale (20,2%) e nazionale (20,8%).

Un ulteriore elemento di interesse nell'ambito dell'analisi demografica è rappresentato dalla presenza di popolazione straniera residente. Al 2012 in provincia di Viterbo risultano presenti circa 24 mila stranieri, che costituiscono il 7,7% dei residenti complessivi, una quota in linea con la media regionale e seconda solo a quella di Roma tra le varie province laziali.

L'aspetto più critico legato all'evoluzione della crisi nell'ultimo quinquennio è senza dubbio costituito dall'aumento del numero dei disoccupati in Italia e non solo. In termini di tasso di disoccupazione, le statistiche provinciali segnalano il passaggio dal 10,6% del 2010 al 13% del 2012, su livelli stabilmente al sopra di quelli del Lazio (10,8% nel 2012) e dell'Italia (10,7% nel 2012).

Esaminando poi il coinvolgimento della popolazione femminile nel mercato del lavoro, per la provincia di Viterbo il tasso di occupazione è pari al 42,3% ed il tasso di attività femminile il 50,1%, inferiori al dato regionale e nazionale. Specularmente, il tasso di disoccupazione femminile nella provincia di Viterbo pari al 15% risulta più alto della media regionale (12,1% e nazionale (11,9%).

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Il valore aggiunto

Il Valore aggiunto nazionale ha registrato una contrazione del -0,8% nel 2012.

Analizzando nello specifico la performance dell'economia provinciale nel 2012, le stime sull'andamento del valore aggiunto a prezzi correnti mostrano un calo del 2,6% rispetto all'anno precedente.

Sulla base dei dati relativi al 2011 è possibile analizzare la composizione settoriale del valore aggiunto provinciale. In primo luogo si può evidenziare come il contributo del valore aggiunto dell'agricoltura, rispetto al totale della ricchezza prodotta in provincia, sia ampiamente superiore (4%), rispetto a quello che il settore primario ha sul totale italiano (2 %) e della regione (1%). I servizi pesano per circa l'81% del totale, con un'incidenza inferiore rispetto a quella rilevata per il Lazio (84,4%) ma superiore rispetto a quella media nazionale (73,4%), mentre la quota dell'industria è pari al 15,1%, in corrispondenza di un peso dell'8,6% dell'industria in senso stretto e del 6,6% del settore edile. Questo risultato si scosta solo leggermente dal dato regionale, mentre maggiore è la distanza da quella nazionale, dove è largamente superiore il peso dell'industria in senso stretto (18,5%) ma di minore entità quello delle costruzioni (6,1%).

Dalla disaggregazione dei dati per fascia dimensionale di impresa, emerge la maggiore rilevanza in provincia di Viterbo del valore aggiunto di aziende di piccole dimensioni (fino a 49 addetti, 77,3%), rispetto al dato medio regionale (58,1%) e nazionale (66%).

Il sistema imprenditoriale

Le imprese attive nella provincia di Viterbo nel 2012 risultano pari a 34.090, l'89,3% del totale delle imprese registrate, ed in calo di 251 unità in corrispondenza del maggior numero di cessazioni (2.611) rispetto alle nuove iscrizioni (2.360). A causa della forza dell'impatto recessivo sulle strutture produttive, saldi negativi hanno colpito in modo trasversale quasi la totalità dei settori economici provinciali: i più coinvolti sono stati il settore agricolo (-330), l'edilizia (-173) e il settore del commercio e riparazione di autoveicoli e motocicli (-152), che sono anche i settori in cui si concentrano maggiormente le imprese attive provinciali e nei quali si è ad ogni modo rilevato un più alto numero di nuove iscrizioni. Nel confronto con i dati del 2011 in termini di variazioni percentuali, emerge come il calo di oltre il 2% delle imprese attive nell'agricoltura, nel manifatturiero e nelle costruzioni nella provincia di Viterbo sia risultato perfettamente in linea con la dinamica rilevata per l'Italia e per il Lazio, con l'unica eccezione che nella regione è rimasto stabile il numero delle imprese edili attive.

Proprio in merito alla distribuzione settoriale delle imprese attive, si può notare come le imprese viterbesi del settore agricolo (12.269, il 36% del totale), rappresentino ben il 27% delle imprese agricole laziale, ed incidono sull'economia totale locale in modo ben più elevato del corrispettivo nazionale (15,5%). Il peso dell'edilizia (circa 5.000 imprese attive, il 14,6% del totale) risulta invece solo lievemente al di sotto della media del Lazio e dell'Italia, mentre maggiore è il gap per quanto riguarda il commercio (22,6% contro il 29,8% del Lazio e il 27,1% dell'Italia). Per quanto riguarda il settore manifatturiero, le aziende attive nel viterbese (circa 2.000) rappresentano una quota del 5,8% del totale provinciale (e il 6,5% delle imprese

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

manifatturiere laziali), un'incidenza solo di poco al di sotto del dato regionale, ma più nettamente inferiore rispetto a quello nazionale (10%).

Nell'ambito del manifatturiero, sono stati soprattutto l'industria tessile (-21%), la fabbricazione di carta e di prodotti di carta (-18%), la fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche (-9%), l'industria delle bevande (-8%) e l'industria del legno (-8%) a sperimentare le riduzioni più incisive nel numero di imprese attive, e con un'intensità relativamente più elevata rispetto a quanto riscontrato dai medesimi comparti nella media del Lazio e dell'Italia. In crescita, invece, e in controtendenza sia con i risultati regionali che nazionali le imprese attive nella fabbricazione di articoli in pelle (+8%), nella fabbricazione di mobili (+8%) e nell'elettronica (+7%).

Dal punto di vista della forma giuridica delle imprese attive nella provincia, nel 2012 le ditte individuali rappresentano il 72,7% del totale, una quota ben più elevata rispetto a quanto riscontrato per il Lazio (56,2%) e per l'Italia (62,2%). Tuttavia, è doveroso notare come tale quota, in corrispondenza di un processo di trasformazione in atto su scala nazionale, sia andata diminuendo rispetto al 2009: le ditte individuali sono infatti diminuite ad un tasso medio annuo dell'1,1%. In corrispondenza di tale dinamica, accompagnata dalla contemporanea lieve riduzione delle società di persone (-0,3% tra il 2009 e il 2012), si è invece andata affermandosi in provincia una maggiore preferenza verso forme giuridiche più strutturate come le società di capitale, cresciute del 5,1% rispetto al 2009 toccando quota 3.503 unità (pari al 10,3% del totale). Nello stesso periodo sono anche cresciute del 5,7% le società con altre forme giuridiche, tra cui le cooperative.

Il commercio estero

In una fase in cui la domanda interna italiana risente in modo negativo delle conseguenze della recessione, e in particolare delle criticità sul mercato del lavoro, la performance sui mercati esteri dei sistemi produttivi locali rimane una variabile cruciale per il loro rilancio, ed in particolar modo diviene assolutamente necessario riuscire a diversificare prodotti e mercati geografici in modo tale da intercettare la domanda più dinamica delle economie emergenti. Nell'anno 2012, contrariamente a quanto accaduto per le esportazioni laziali e italiane, che hanno presentato un deciso rallentamento dei flussi di beni e servizi verso l'estero, l'export della provincia di Viterbo ha sperimentato una decisa accelerazione pari al +20,5% che è andata a compensare la peggiore performance del 2011 (-6,5%). Passando all'analisi settoriale l'export del settore manifatturiero conta per circa l'80% del totale provinciale e tra il 2011 e il 2012 ha osservato un aumento prossimo al 18%. Coerentemente con la composizione della struttura produttiva locale, una quota relativamente importante dei flussi di beni verso l'estero proviene dal settore agricolo (18,4%), la cui performance sui mercati internazionali nel 2012 è stata di assoluta rilevanza (+33,7%).

Tra i settori maggiormente rappresentativi della produzione viterbese l'alimentare e il sistema moda costituiscono il traino per la crescita delle esportazioni viterbesi nel 2012, con performance rispettivamente del +44,5% e del +215,6%, con risultati eccellenti in modo particolare per frutta, ortaggi e lavorazione della carne e per abbigliamento e calzature, a conferma della rilevanza del made in Italy di qualità per gli acquirenti esteri. In contrazione, invece, i flussi del settore degli articoli in gomma e materie plastiche, altri prodotti della

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

lavorazione di minerali non metalliferi (-8,2%), attribuibile in modo particolare alla non favorevole performance dei prodotti in porcellana e ceramiche e degli articoli in materie plastiche.

Per quanto riguarda la composizione delle esportazioni per destinazione economica, l'Europa rappresenta il principale sbocco per i flussi in uscita dalla provincia di Viterbo, con una quota pari al 69% dell'export complessivo provinciale. L'export verso l'Europa è cresciuto nel 2012 del 15,1%, un buon risultato considerando le difficoltà congiunturali delle economie mature del Vecchio Continente, e che ha saputo cogliere le occasioni presentate dal mercato tedesco e dei principali mercati nord-europei, così come le opportunità di business nei paesi dell'Europa orientale.

La provincia di Viterbo sta diversificando gli sbocchi sui mercati internazionali, alla ricerca del dinamismo della domanda americana, in modo particolare di quella statunitense (praticamente raddoppiato l'export rispetto al 2011) e, soprattutto, di quella brasiliana (export viterbese passato da poco più di 400mila euro a circa 4 milioni di euro). Da segnalare quindi la crescita delle esportazioni verso la Cina (+76%) e il Giappone (+97,5%), a testimoniare l'attenzione crescente da parte degli imprenditori locali verso i mercati più distanti e con un alto potenziale, anche se i valori restano contenuti.

Il credito

Gli effetti della crisi economica ancora in corso sono rinvenibili anche nei dati relativi alla rischiosità del credito, poiché gli assetti finanziari di molte imprese hanno subito ripercussioni dalla recessione, con conseguenze negative sulla solvibilità. Un aspetto che appare evidente nei dati sull'andamento delle sofferenze bancarie a livello nazionale, aumentate del 13,8% tra il 2011 e il 2012, ma anche a livello dei singoli sistemi economici locali: in particolare, nella provincia di Viterbo le sofferenze sono cresciute del 14,3%.

Per quanto riguarda la raccolta di fondi, dai dati di Banca d'Italia emerge come nella provincia di Viterbo a fine 2012 i depositi risultassero di poco superiori ai 4 miliardi di euro, con un aumento del 4,3% rispetto al 2011. Tale tasso di crescita risulta tuttavia inferiore a quanto rilevato nella media regionale (+8,9%), con il Lazio che ha a sua volta mostrato un maggiore dinamismo nell'accumulo di depositi bancari rispetto alla media nazionale (+7%). Da sottolineare come la provincia di Viterbo presenti il tasso di variazione più basso dei depositi tra tutte le province laziali.

La provincia di Viterbo si distingue in modo netto rispetto alle altre realtà regionali, ma anche rispetto al quadro nazionale, per una forte preferenza per i depositi nelle banche di minore dimensione (34,7% contro il 7,1% del Lazio e il 9,2% dell'Italia), a evidenziare il rapporto più stretto con realtà più piccole ma probabilmente di maggiore radicamento territoriale e di maggiore vicinanza alle esigenze della popolazione locale.

L'andamento degli impieghi evidenzia in modo chiaro come nonostante le misure di politica monetaria messe in atto dalla Banca Centrale Europea per garantire una maggiore liquidità alle economie, il flusso di fondi erogati nei confronti delle imprese siano rimasti persistentemente in diminuzione. Nella provincia di Viterbo, la flessione degli impieghi nel periodo 2011/12 è risultata pari all'1,2%.

Il quadro congiunturale 2013

L'indagine condotta sulle aspettative degli operatori economici riguardo l'andamento dell'economia per il 2013 evidenzia un'attesa negativa per quanto riguarda le variazioni degli indicatori congiunturali anche per l'anno corrente.

Si tratta di previsioni confermate anche dai risultati dalla recente indagine congiunturale regionale realizzata da Unioncamere Lazio in collaborazione con la Fondazione Censis, da cui emerge che nel secondo trimestre nel Lazio permane un quadro di crisi economica accentuata, con un aumento delle aziende in recessione che coinvolge in modo trasversale tutti i settori produttivi, pesando in modo particolare nei comparti dell'edilizia e del commercio e sulle microimprese.

Le contrazioni di fatturato più frequenti si osservano fra le imprese del Commercio (61%) mentre il settore agricolo segna performance migliori.

Nelle diverse aree territoriali del Lazio, le aziende che segnano incrementi di fatturato, negli ordinativi e negli occupati continuano ad essere in netta minoranza, anche se in aumento rispetto al primo trimestre.

Nell'area di Rieti e Viterbo la percentuale di imprese in crescita è molto inferiore alla media regionale.

Anche sul fronte delle esportazioni, sostanzialmente stabili, in agricoltura le imprese che hanno incrementato le esportazioni (20%) sono maggiori di chi ha subito una contrazione (10%), registrando un saldo positivo del 10%.

Sebbene in lieve attenuazione, la difficoltà nel recupero dei crediti rappresenta ancora la principale criticità delle imprese.

Per alleggerire le difficoltà della crisi in atto gli imprenditori individuano prevalentemente le seguenti priorità:

- a. Riduzione degli oneri burocratici e semplificazione amministrativa;
- b. Miglioramento dei rapporti tra impresa e sistema bancario;
- c. Accesso al credito.

Il quadro normativo di riferimento

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

Il quadro normativo degli ultimi anni è stato orientato a politiche di contenimento della spesa ed ha definito precisi vincoli in materia di assunzioni, imponendo pertanto all'Ente di puntare su una riorganizzazione interna e su una razionalizzazione dei processi al fine di mantenere gli standard raggiunti in termini di servizi. Strumento a supporto di tale strategia è il ricorso all'automazione sia nelle procedure interne sia nell'espletamento dei servizi, automazione espressamente richiamata dal dettato normativo nell'ottica della semplificazione degli adempimenti da parte delle imprese e, più in generale, delle relazioni tra cittadino e pubblica amministrazione. In questa direzione si muovono gli strumenti della PEC, della Comunicazione Unica, dello Sportello Unico Attività Produttive.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Le Relazioni istituzionali della Camera

La Camera di Commercio è per sua stessa natura un nodo connesso con una rete istituzionale più ampia. In particolare, nell'ambito del sistema camerale è in relazione con le altre Camere di Commercio, con l'Unione Regionale, con l'Unioncamere, con le agenzie del sistema (Infocamere, Tagliacarne, . etc.) condividendo missione, visione e strategia di sistema. Nell'ambito del sistema territoriale si relaziona con tutti gli altri attori dello sviluppo: Regione, Provincia, Comuni, associazioni di categoria, associazioni dei consumatori, associazioni sindacali.

3.2 Analisi del contesto interno

La struttura organizzativa della Camera

L'anno 2014 sarà caratterizzato dalla revisione della struttura organizzativa conseguente alla cessazione dal servizio per raggiunti limiti di età del Dirigente dell'Area Anagrafico-Certificativa. La normativa vigente non consente 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 ipotizzabile, nel corso del prossimo triennio, la copertura dei posti vacanti in dotazione organica tramite ricorso a procedure di comando/mobilità. 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 viene ridefinita ispirandosi appunto 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

E' stata quindi istituita un'unica Area con accorpamento delle funzioni della preesistente Area A) Anagrafico Certificativa sotto la direzione della Dott.ssa Federica Ghitarrari già dirigente dell'Area Amministrativo Contabile Studi e Regolazione del Mercato, mentre gli uffici di Staff rimangono 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: Staff di Affari Generali, Programmazione e Controllo, Staff Internazionalizzazione e Marketing, Ufficio Stampa.

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

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

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

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

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

- Dematerializzazione dei flussi documentali attraverso il decentramento, presso ciascun ufficio competente, della protocollazione dei flussi in uscita e la scansione dei flussi in entrata ai fini della gestione di scrivanie elettroniche; fascicolazione informatica ai fini della conservazione sostitutiva;
- Dematerializzazione dei provvedimenti amministrativi;
- Integrale informatizzazione delle procedure contabili (contabilità analitica, controllo di gestione e mandato elettronico) e di gestione del personale, con riferimento al trattamento giuridico (richieste di autorizzazioni, timbrature, ferie, permessi, missioni, malattie), al trattamento economico (cedolini relativi agli stipendi), alle procedure di valutazione;
- Reingegnerizzazione dei processi di tipo anagrafico-certificativo (Registro Imprese e altri albi e Ruoli)
- Implementazione dell'uso della Posta Elettronica Certificata per le comunicazioni esterne e della Posta Elettronica Ordinaria per le comunicazioni interne.
- Implementazione dei Servizi Camerali On Line;

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

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

- Definizione di indicatori gestionali e di monitoraggio dei processi e redazione di una rendicontazione trimestrale su supporto informatico;

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

- 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 un'integrazione con i sistemi informativi dell'Azienda Speciale CeFAS. In alcuni uffici è stato attivato il collegamento telematico Skype.

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

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

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

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

- **Consolidamento della piattaforma di Customer Relationship Management (CRM):** il progetto CRM ha l'obiettivo di rendere più efficaci ed efficienti i rapporti tra la Camera di Commercio e i propri interlocutori, informandoli in modo tempestivo e mirato delle iniziative camerali, in ambito amministrativo e promozionale, aggiornandoli sulle novità normative e procedurali e rendendo maggiormente fruibili agli stessi le informazioni di carattere economico prodotte dall'Ente.

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

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

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

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

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

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

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

Le risorse umane

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

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	35	3
C tempo parziale non inf. 60%	1	0	1
B3 tempo pieno	1	1	0
A tempo pieno	2	2	0
TOTALE	65	58	7

Il personale in servizio, compreso il Segretario Generale, è pari a 58 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 2013, in particolare, sono stati utilizzate complessivamente 10 unità di personale per 11 mesi con contratto di somministrazione.

Per l'anno 2014 il ricorso a forme di lavoro flessibile è contenuto entro limiti molto stretti; la formulazione dell'art. 36 del Dlgs n. 165/2001 a seguito delle modifiche previste dal D. n. 101/2013 convertito in legge n. 125/2013 consente infatti il ricorso al lavoro flessibile esclusivamente per far

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

fronte ad esigenze di carattere temporaneo o eccezionale. Relativamente all'anno 2014 il Piano Occupazionale prevede la copertura di n. 3 posti vacanti mediante il ricorso a procedure di mobilità.

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 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

Dati generali sulla gestione del personale interno	
	Anno 2012
Quota media di retribuzione (euro)	31165
Quota media di produttività (euro)	3958
N. progressioni orizzontali	0
N. richieste di trasferimento ad altre amministrazioni	0

Il benessere organizzativo

La Camera di Commercio di Viterbo ha realizzato una indagine sul personale dipendente al fine di rilevare il grado di benessere organizzativo. L'esigenza di valutare l'impatto che la continua riorganizzazione del lavoro ha non solo sulla struttura, sulle procedure e sui servizi agli utenti, ma anche sull'immagine, sul clima relazionale e sui valori adottati, risponde agli orientamenti della recente normativa in materia di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

e trasparenza delle pubbliche amministrazioni; tali orientamenti prevedono infatti la realizzazione di indagini periodiche volte a rilevare il benessere organizzativo, il grado di condivisione del sistema di valutazione e la valutazione dei propri superiori.

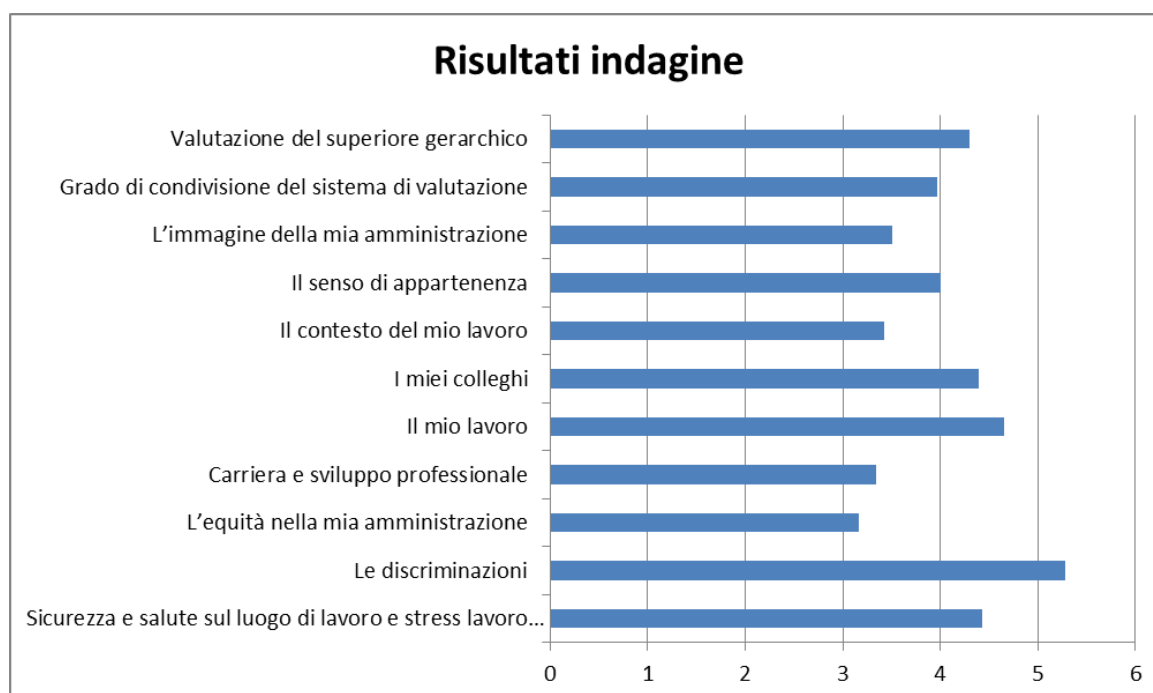
L'indagine effettuata sulla base dei modelli forniti dalla Civit agli OIV consente diverse aree di rilevazione:

- Benessere organizzativo;
- Grado di condivisione del sistema di valutazione;
- Valutazione del proprio superiore gerarchico;

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

- Quanto è d'accordo o meno con l'affermazione;
- Il grado di importanza assegnato al contenuto rispetto alla propria soddisfazione nel lavoro.

I risultati dell'indagine effettuata presso i dipendenti della Camera di Commercio di Viterbo ha messo in luce una situazione ambientale sostanzialmente priva di particolare problematiche. Non avendo la possibilità di avere benchmark analoghi si può fare riferimento solo all'intervallo dei valori (1-6 con valore di soddisfazione crescente) utilizzati nel questionario. All'indagine hanno partecipato il 40% dei dipendenti attualmente in servizio ed hanno dato una risposta media per i vari temi analizzati pari a 4,1. Tra i vari temi proposti, come si evince dal grafico, si riscontrano le valutazioni peggiori in tematiche riferite prevalentemente alla meritocrazia, in particolare le domande relative all'applicazione dell'equità e quelle inerenti la carriera e lo sviluppo professionale. Queste possono anche risentire dell'attuale limitazione sulle progressioni o all'impossibilità di organizzare concorsi interni o esterni, procedure sistematicamente attuate fino a pochi anni fa. Nelle altre due tematiche al di sotto del punteggio 4 emerge una qualche richiesta di formazione in più (domanda inerente il contesto) e, per quanto riguarda l'immagine, si lamenta una percezione, nella collettività esterna, di scarsa importanza della Camera di Commercio. A questi 4 argomenti segue il grado di condivisione del sistema di valutazione (3,97) che presenta qualche critica soprattutto per quanto riguarda l'attuazione. Relativamente agli altri argomenti trattati dall'indagine si riscontra una valutazione discreta e un'assenza di particolari criticità.



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

Le risorse finanziarie

	Camera di Commercio		Azienda Speciale	
	Pre-consuntivo 2013	Previsione 2014	Pre-consuntivo 2013	Previsione 2014
Proventi Gestione corrente	7.882.284	7.356.303	568.142	560.943
Oneri Gestione corrente	-8.505.042	-7.979.942	- 368.498	-360.293

Dettaglio Oneri correnti

	Camera di Commercio		Azienda Speciale	
	Pre-consuntivo 2013	Previsione 2014	Pre-consuntivo 2013	Previsione 2014
Spese per il personale	-2.847.515	-2.817.248	-253.079	-250.344
Spese di funzionamento	-2.304.341	-2.001.699	-89.786	-86.999
Interventi economici	-1.761.875	-1.600.000,00	-200.943	-200.000
Ammortamenti e accantonamenti	-1.591.314	-1.560.995	-9.980	-8.000

Albero della Performance 2014

Area Strategica					
Competitività del territorio					
Obiettivo Strategico Sostenere l'innovazione ed il rilancio competitivo del territorio					
Indicatori Presenze turistiche registrate Peso20 %Stato---Target 2014>= 819.319Target 2015---Target 2016--- Impieghi creditizi Provincia di Viterbo nell'anno Peso20 %Stato---Target 2014>= 5.995.480Target 2015---Target 2016--- Fatturato imprese del Marchio Tuscia Peso20 %Stato---Target 2014>= 12.919.164Target 2015---Target 2016--- Imprese che effettuano formazione Peso20 %Stato---Target 2014---Target 2015---Target 2016--- Partecipanti tirocini e corsi di formazione Peso20 %Stato---Target 2014---Target 2015---Target 2016---			Programma Competitività e Attrattività del territorio		
Obiettivo Operativo Credito					
Azione Credito IndicatoriRealizzazione attività (Si/No)Peso100 %Stato---Target 2014SI					
Innovazione e trasferimento tecnologico Azione EROGAZIONE CONTRIBUTI PER LA CERTIFICAZIONE DI QUALITA', TRACCIABILITA', AMBIENTALE E DI FILIERA IndicatoriRealizzazione attività (Si/No)Peso100 %Stato---Target 2014SI Innovazione e trasferimento tecnologico IndicatoriAssistenza a imprenditori e futuri imprenditoriPeso25 %Stato---Target 2014>= 25 Publicazione articoli tecnico/scientifici su rivista "Corylus e co."Peso25 %Stato---Target 2014>= 8 Grado di realizzazione attivitàPeso25 %Stato---Target 2014>= 16 Realizzazione attività (Si/No)Peso25 %Stato---Target 2014SI Tuscia Sostenibile IndicatoriAssistenza tramite sportello "Green Economy" nell'annoPeso50 %Stato---Target 2014>= 15 Realizzazione attività (Si/No)Peso50 %Stato---Target 2014SI TUSCIA SOSTENIBILE: PRIMA ATTUAZIONE DEL PIANO ENERGETICO DELLA C.C.I.A.A. IndicatoriRealizzazione attività (Si/No)Peso100 %Stato---Target 2014SI					
Marchio Collettivo Tuscia Viterbese Azione Marchio Collettivo Tuscia Viterbese: Dieta Mediterranea IndicatoriIncremento percentuale imprese aderenti al marchio collettivo Tuscia ViterbesePeso100 %Stato---Target 2014>= 20 % Marchio Collettivo Tuscia Viterbese: Organizzazione di eventi monotematici					

	<table><tr><th>Indicatori</th></tr><tr><td>Grado di realizzazione attività</td></tr><tr><td>Peso100 %</td></tr><tr><td>Stato---</td></tr><tr><td>Target 2014>= 3</td></tr></table>	Indicatori	Grado di realizzazione attività	Peso100 %	Stato---	Target 2014>= 3																
Indicatori																						
Grado di realizzazione attività																						
Peso100 %																						
Stato---																						
Target 2014>= 3																						
Promozione reti di impresa	<table><tr><th>Azione</th></tr><tr><td>Promozione reti di impresa</td></tr><tr><th>Indicatori</th></tr><tr><td>Grado di realizzazione attività</td></tr><tr><td>Peso100 %</td></tr><tr><td>Stato---</td></tr><tr><td>Target 2014---</td></tr></table>	Azione	Promozione reti di impresa	Indicatori	Grado di realizzazione attività	Peso100 %	Stato---	Target 2014---														
Azione																						
Promozione reti di impresa																						
Indicatori																						
Grado di realizzazione attività																						
Peso100 %																						
Stato---																						
Target 2014---																						
Sostegno ad iniziative di enti ed organismi diversi per la valorizzazione del territorio	<table><tr><th>Azione</th></tr><tr><td>Quote Associative a strutture di promozione locale e nazionale</td></tr><tr><th>Indicatori</th></tr><tr><td>Realizzazione attività (Si/No)</td></tr><tr><td>Peso100 %</td></tr><tr><td>Stato---</td></tr><tr><td>Target 2014SI</td></tr></table> Sostegno ad iniziative di enti ed organismi diversi per la valorizzazione del territorio <table><tr><th>Indicatori</th></tr><tr><td>RISPETTO TEMPI DI RENDICONTAZIONE E LIQUIDAZIONE SECONDO REGOLAMENTO CAMERALE</td></tr><tr><td>Peso100 %</td></tr><tr><td>Stato---</td></tr><tr><td>Target 2014---</td></tr></table>	Azione	Quote Associative a strutture di promozione locale e nazionale	Indicatori	Realizzazione attività (Si/No)	Peso100 %	Stato---	Target 2014SI	Indicatori	RISPETTO TEMPI DI RENDICONTAZIONE E LIQUIDAZIONE SECONDO REGOLAMENTO CAMERALE	Peso100 %	Stato---	Target 2014---									
Azione																						
Quote Associative a strutture di promozione locale e nazionale																						
Indicatori																						
Realizzazione attività (Si/No)																						
Peso100 %																						
Stato---																						
Target 2014SI																						
Indicatori																						
RISPETTO TEMPI DI RENDICONTAZIONE E LIQUIDAZIONE SECONDO REGOLAMENTO CAMERALE																						
Peso100 %																						
Stato---																						
Target 2014---																						
Turismo	<table><tr><th>Azione</th></tr><tr><td>Consolidamento di un modello di sviluppo dell'offerta turistica integrata</td></tr><tr><th>Indicatori</th></tr><tr><td>Incremento percentuale imprese aderenti al progetto Tuscia Welcome</td></tr><tr><td>Peso50 %</td></tr><tr><td>Stato---</td></tr><tr><td>Target 2014>= 5 %</td></tr><tr><td>Incremento percentuale offerte ricettive e/o pacchetti turistici</td></tr><tr><td>Peso50 %</td></tr><tr><td>Stato---</td></tr><tr><td>Target 2014>= 10 %</td></tr></table> Coordinamento della promozione delle Feste del Vino, Castagna e Olio. <table><tr><th>Indicatori</th></tr><tr><td>Grado di realizzazione attività</td></tr><tr><td>Peso100 %</td></tr><tr><td>Stato---</td></tr><tr><td>Target 2014>= 6</td></tr></table> Partecipazione a manifestazioni e workshop di promozionw turistica <table><tr><th>Indicatori</th></tr><tr><td>Grado di realizzazione attività</td></tr><tr><td>Peso100 %</td></tr><tr><td>Stato---</td></tr><tr><td>Target 2014>= 4</td></tr></table>	Azione	Consolidamento di un modello di sviluppo dell'offerta turistica integrata	Indicatori	Incremento percentuale imprese aderenti al progetto Tuscia Welcome	Peso50 %	Stato---	Target 2014>= 5 %	Incremento percentuale offerte ricettive e/o pacchetti turistici	Peso50 %	Stato---	Target 2014>= 10 %	Indicatori	Grado di realizzazione attività	Peso100 %	Stato---	Target 2014>= 6	Indicatori	Grado di realizzazione attività	Peso100 %	Stato---	Target 2014>= 4
Azione																						
Consolidamento di un modello di sviluppo dell'offerta turistica integrata																						
Indicatori																						
Incremento percentuale imprese aderenti al progetto Tuscia Welcome																						
Peso50 %																						
Stato---																						
Target 2014>= 5 %																						
Incremento percentuale offerte ricettive e/o pacchetti turistici																						
Peso50 %																						
Stato---																						
Target 2014>= 10 %																						
Indicatori																						
Grado di realizzazione attività																						
Peso100 %																						
Stato---																						
Target 2014>= 6																						
Indicatori																						
Grado di realizzazione attività																						
Peso100 %																						
Stato---																						
Target 2014>= 4																						

Innovazione e semplificazione

Obiettivo Operativo											
Sportello Unico Attività Produttive											
<table><tr><th>Azione</th></tr><tr><td>Sportello Unico Attività Produttive</td></tr><tr><th>Indicatori</th></tr><tr><td>Grado di realizzazione attività</td></tr><tr><td>Peso50 %</td></tr><tr><td>Stato---</td></tr><tr><td>Target 2014>= 6</td></tr><tr><td>Grado di estensione della piattaforma SUAP ai comuni accreditati</td></tr><tr><td>Peso50 %</td></tr><tr><td>Stato---</td></tr><tr><td>Target 2014>= 20 %</td></tr></table>	Azione	Sportello Unico Attività Produttive	Indicatori	Grado di realizzazione attività	Peso50 %	Stato---	Target 2014>= 6	Grado di estensione della piattaforma SUAP ai comuni accreditati	Peso50 %	Stato---	Target 2014>= 20 %
Azione											
Sportello Unico Attività Produttive											
Indicatori											
Grado di realizzazione attività											
Peso50 %											
Stato---											
Target 2014>= 6											
Grado di estensione della piattaforma SUAP ai comuni accreditati											
Peso50 %											
Stato---											
Target 2014>= 20 %											

VALORIZZAZIONE DEL REGISTRO DELLE IMPRESE QUALE CANALE DI

			CONSULENZA SPECIALIZZATO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI	Azione VALORIZZAZIONE DEL REGISTRO DELLE IMPRESE QUALE CANALE DI CONSULENZA SPECIALIZZATO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI. Indicators Variazione pratiche sospese Peso 33,33 % Stato --- Target 2014 >= +15 % Grado di realizzazione attività Peso 33,34 % Stato --- Target 2014 >= 1 Realizzazione attività (SI/No) Peso 33,33 % Stato --- Target 2014 SI
			Qualità del lavoro nelle imprese	Obiettivo Operativo Imprenditoria femminile Azione Imprenditoria femminile Indicators Grado di realizzazione attività Peso 50 % Stato --- Target 2014 >= 4 Realizzazione attività (SI/No) Peso 50 % Stato --- Target 2014 SI
			Orientamento alternanza scuola - lavoro e formazione	Azione Orientamento alternanza scuola - lavoro e formazione Indicators Grado di realizzazione attività Peso 50 % Stato --- Target 2014 >= 6 Realizzazione attività (SI/No) Peso 50 % Stato --- Target 2014 SI
			Sostegno e promozione di impresa	Azione Sostegno e promozione di impresa Indicators Assistenza tramite SPIV alle aziende Peso 33,33 % Stato --- Target 2014 >= 15 Assistenza alle imprese in fase di start-up Peso 33,33 % Stato --- Target 2014 >= 20 Erogazione tutoraggio Peso 33,34 % Stato --- Target 2014 >= 50

Area Strategica

Competitività dell'Ente

Obiettivo Strategico

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

Programma

Rafforzamento del metodo della concertazione condivisa

Obiettivo Operativo

Tavolo sulla Castanicoltura Provinciale

Azione		
Tavolo sulla castanicoltura provinciale		
Indicatori		
Grado di realizzazione attività		
Peso	100	%
Stato	---	
Target 2014	>= 3	

Promuovere l'efficienza e la semplificazione dei processi

Indicatori		
Oneri di funzionamento		
Peso	---	
Stato	---	
Target 2014	<= 89.480	
Target 2015	---	
Target 2016	---	

Programma

Automazione di servizi

Obiettivo Operativo

Gestione automatizzata dei flussi documentali

Azione		
Gestione automatizzata dei flussi documentali		
Indicatori		
Variazione costo consuntivo consumo carta		
Peso	50	%
Stato	---	
Target 2014	---	
Spedizioni di posta prioritaria e raccomandate nell'anno		
Peso	50	%
Stato	---	
Target 2014	---	

Scarto e riordino d'archivio

Indicatori		
Realizzazione attività (SI/No)		
Peso	100	%
Stato	---	
Target 2014	SI	

Politiche di e - government

Obiettivo Operativo

Riqualificazione della gestione dei rapporti con l'utenza mediante il potenziamento dei siti internet ed il call center

Azione		
RIQUALIFICAZIONE E GESTIONE DEI RAPPORTI CON L'UTENZA MEDIANTE IL POTENZIAMENTO DEI SITI INTERNET E IL CALL CENTER		
Indicatori		
Realizzazione attività (SI/No)		
Peso	100	%
Stato	---	
Target 2014	SI	

Area Strategica

Competitività delle imprese

Obiettivo Strategico

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

Indicatori		
Fatturato export imprese vetrina settore agroalimentare		
Peso	7,69	%
Stato	---	
Target 2014	---	
Target 2015	---	
Target 2016	---	
Imprese internazionalizzate iscritte nella vetrina		
Peso	7,69	%
Stato	---	
Target 2014	>= 108	
Target 2015	---	
Target 2016	---	
Pratiche di conciliazione/mediazione avviate nell'anno		
Peso	7,69	%
Stato	---	
Target 2014	>= 370	
Target 2015	---	
Target 2016	---	

Programma

Iniziative per la regolazione del mercato

Obiettivo Operativo

Conciliazione, arbitrato e tutela della proprietà industriale

Azione		
Conciliazione, arbitrato e tutela della proprietà industriale		
Indicatori		
RISPETTO TERMINI PROCEDIMENTALI NELLA GESTIONE DELLE PRATICHE DI MEDIAZIONE		
Peso	100	%
Stato	---	
Target 2014	>= 100	%

Prodotto certificato per le DOP Aleatico di Gradoli		
Peso	7,69	%
Stato	---	
Target 2014	>= 32,18	
Target 2015	---	
Target 2016	---	
Prodotto certificato per le DOP Castagna		
Peso	7,69	%
Stato	---	
Target 2014	---	
Target 2015	---	
Target 2016	---	
Prodotto certificato per le DOP Colli Etruschi Viterbesi		
Peso	7,69	%
Stato	---	
Target 2014	>= 5.515,95	
Target 2015	---	
Target 2016	---	
Prodotto certificato per le DOP Est Est Est Monte Fiascone		
Peso	7,69	%
Stato	---	
Target 2014	>= 25.791,4	
Target 2015	---	
Target 2016	---	
Prodotto certificato per le DOP Nocciola		
Peso	7,69	%
Stato	---	
Target 2014	---	
Target 2015	---	
Target 2016	---	
Prodotto certificato per le DOP Olio Canino		
Peso	7,69	%
Stato	---	
Target 2014	>= 689,84	
Target 2015	---	
Target 2016	---	
Prodotto certificato per le DOP Olio Tuscia		
Peso	7,69	%
Stato	---	
Target 2014	>= 831,77	
Target 2015	---	
Target 2016	---	
Prodotto certificato per le DOP Orvieto		
Peso	7,69	%
Stato	---	
Target 2014	>= 1.183,6	
Target 2015	---	
Target 2016	---	
Prodotto certificato per le DOP Tarquinia		
Peso	7,69	%
Stato	---	
Target 2014	>= 1.650	
Target 2015	---	
Target 2016	---	
Prodotto certificato per le DOP Vignanello		
Peso	7,72	%
Stato	---	
Target 2014	>= 1.036,2	
Target 2015	---	
Target 2016	---	

Tutela e promozione delle imprese della Tuscia nel mondo

Obiettivo Operativo

Gestione della presenza delle imprese a manifestazioni fieristiche e workshop

Iniziative di valorizzazione e tutela della proprietà industriale

Indicatori

Grado di realizzazione attività		
Peso	100	%
Stato	---	
Target 2014	>= 5	

Azione

Gestione della presenza delle imprese a manifestazioni fieristiche e workshop

Indicatori

Presenza delle imprese a manifestazioni fieristiche nazionali e workshop		
Peso	100	%
Stato	---	
Target 2014	>= 10	

Internazionalizzazione

Azione

Richiesta on line certificati d'origine

Indicatori

Realizzazione attività (Si/No)		
Peso	100	%
Stato	---	
Target 2014	SI	

Sportello specializzato imprese esportatrici, iniziative di sistema e accesso ai finanziamenti europei a gestione diretta

Indicatori

Imprese coinvolte nell'anno, per la prima volta, in iniziative di internazionalizzazione		
Peso	50	%
Stato	---	
Target 2014	>= 20	
Imprese "matricole" partecipanti alle iniziative promozionali		
Peso	50	%
Stato	---	
Target 2014	>= 6	

Promozione dell'agroalimentare

Azione

GESTIONE E SUPPORTO DELLE CERTIFICAZIONI AGROALIMENTARI DI QUALITA'

Indicatori

Grado di realizzazione attività		
Peso	50	%
Stato	---	
Target 2014	>= 1	
Realizzazione attività (Si/No)		
Peso	50	%
Stato	---	
Target 2014	SI	

Valorizzazione dei prodotti tipici

Indicatori

Realizzazione attività (Si/No)		
Peso	100	%
Stato	---	
Target 2014	SI	

Valorizzazione e diffusione dell'informazione economica

Obiettivo Operativo

Osservatorio economico provinciale

Azione

Osservatorio economico provinciale

Indicatori

Realizzazione attività (Si/No)		
Peso	100	%
Stato	---	
Target 2014	SI	

3.4. Obiettivi Strategici e Indicatori di Outcome

Il Piano della Performance 2014-2016 non contempla indicatori e target di risultato correlati agli obiettivi strategici per il biennio successivo.

La redazione del presente Piano ricade infatti in un contesto temporale caratterizzato dalla scadenza del mandato istituzionale degli organi camerali attualmente in carica con conseguente termine del programma pluriennale in cui sono stati individuati nel 2009 gli obiettivi strategici e di outcome per il quinquennio successivo.

Priorità strategiche

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

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

Missione: 011 "Competitività e sviluppo delle imprese"

Linee programmatiche:

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

1b) Rafforzamento del metodo concertazione condivisa

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

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

Linee programmatiche:

Missione 012 "Regolazione dei Mercati":

2a) Innovazione e semplificazione

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

2b) Competitività e attrattività del territorio

Missione 011 "Competitività e sviluppo delle imprese"

Gli effetti della crisi hanno posto al centro dell'attenzione della politica pubblica la necessità di interventi mirati a rimuovere i problemi che vincolano la competitività delle imprese e rischiano di ampliare il gap non solo rispetto ai competitor internazionali, ma anche tra le diverse Regioni italiane. Ambiti prioritari di intervento riguardano la dotazione infrastrutturale e l'accesso al credito, elaborando modalità alternative per il finanziamento ed il sostegno delle attività dei Consorzi Fidi,

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

la nascita e lo sviluppo di nuove imprese, l'attrattività del territorio e dei prodotti tipici di qualità, potenziando gli strumenti diretti a favorire la commercializzazione e la distribuzione anche attraverso l'uso del Marchio. Sempre più i finanziamenti dell'Unione europea costituiscono la più interessante opportunità di sostegno all'investimento delle imprese e degli Enti pubblici; appare necessario coordinare e potenziare le iniziative per fornire servizi di informazione ed assistenza alle PMI e agli Enti pubblici sui temi comunitari.

Missione 011 “Competitività e sviluppo delle imprese”

2c) Qualità del lavoro nelle imprese

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

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

Missione 016” commercio internazionale ed internazionalizzazione del sistema produttivo”

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

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

Missione 016” commercio internazionale ed internazionalizzazione del sistema produttivo

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

Per accelerare lo sviluppo delle imprese della Tuscia viterbese, in linea con quello targato “Made in Italy”, occorre concentrare l'azione a favore delle aziende su alcuni obiettivi strategici: sostegno delle filiere e dei distretti produttivi, sviluppo di missioni e fiere sui mercati che

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

presentano una maggiore potenzialità di crescita per le produzioni della Tuscia, posizionamento su piazze italiane di nicchia.

Missione 012”Regolazione dei Mercati

3b) Iniziative per la Regolazione del Mercato

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

Missione 011 “Competitività e sviluppo delle imprese”

3c) Valorizzazione e diffusione dell'informazione economica

L'attività di studio ed informazione è uno strumento fondamentale di programmazione economica, ma si va connotando sempre di più anche come servizio reale alle imprese, poiché la conoscenza è una risorsa strategica per la competitività aziendale: chi conosce il mercato e le opportunità che esso offre ha più chance per vincere le sfide e per delineare strategie di sviluppo. Occorre quindi valorizzare e diffondere il patrimonio informativo dell'Ente sensibilizzando Istituzioni, imprese e cittadini e contribuire così ad affermare il ruolo centrale dell'Ente camerale nell'orientare e promuovere lo sviluppo del territorio.

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

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

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

Linee Programmatiche:

Missione 032 “Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche”

4a) Politiche di e-government

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

Missione 032 “Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche

4b) Automazione dei servizi

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

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

Missione 032 “Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche

4c) Valorizzazione professionale delle risorse umane

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

Missione 032 “Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche

4d) Semplificazione ed innovazione dei processi interni

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

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

3.5.DAGLI OBIETTIVI STRATEGICI AGLI OBIETTIVI OPERATIVI

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

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

Si riportano, di seguito, per ciascuna unità organizzativa le schede di programmazione relative all'anno 2014 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 2014.

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

STAFF SEGRETARIO GENERALE: AFFARI GENERALI PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO				
OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE	OBIETTIVI ATTESI/ TARGET DI RISULTATO	BUDGET
Rafforzamento Del Metodo Della Concertazione Condivisa	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.	Organizzazione di almeno 3 incontri	-
Competitività e Attrattività del Territorio	PROMOZIONE RETI DI IMPRESA	Il progetto rappresenta la continuità degli interventi già attuati nelle precedenti due annualità e si caratterizza per la realizzazione di interventi di promozione della cultura dell'aggregazione, per l'attivazione dello strumento delle reti di impresa, attraverso la redazione e sottoscrizione di contratti di rete, mediante la realizzazione di focus group distinti per le filiere del Turismo, dell'Agroalimentare, Ceramica e Artigianato, con il coinvolgimento specifico degli operatori aderenti ai progetti Tuscia Welcome, Internazionalizzazione ed i licenziatari del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese. Il servizio di affiancamento diretto e di assistenza tecnica alle imprese sul quale si incentrano le azioni sarà operato in raccordo con il progetto World Pass al quale la Camera di Commercio di Viterbo partecipa attivamente già dalla scorsa annualità. Si prevede altresì di intervenire unitamente al partenariato del progetto SIRI, di cui all'accordo di programma 2013 MISE – Unioncamere, al mantenimento e aggiornamento della piattaforma SIRI, quale strumento trasversale al percorso di facilitazione e	Redazione di almeno 2 contratti di rete	€ 30.000,00

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

		supporto del processo aggregativo interregionale. La piattaforma verrà rafforzata dall'attivazione di ulteriori strumenti, quali: 1. Newsletter informativa inviata alle imprese e manager registrati; 2. Invio automatico alla Camera partner delle schede di registrazione delle aziende e professionisti del proprio territorio; 3. Sezioni di supporto documentale specifiche per ciascuna Camera.		
--	--	---	--	--

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

Competitività e Attrattività del Territorio	SOSTEGNO AD INIZIATIVE DI ENTI ED ORGANISMI DIVERSI PER LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO	Sostegno economico, anche in termini di compartecipazione diretta all'organizzazione delle iniziative promosse da soggetti terzi finalizzate alla valorizzazione del territorio utilizzando, in tutti i casi sia ritenuto opportuno, il marchio Collettivo Tuscia Viterbese quale strumento di marketing territoriale per la promozione in modo coordinato e strategico del territorio e dei prodotti.	Rispetto dei tempi di rendicontazione e conseguente liquidazione secondo regolamento camerale.	€ 70.000,00
Competitività e Attrattività del Territorio	QUOTE ASSOCIATIVE A STRUTTURE DI PROMOZIONE LOCALE E NAZIONALE	Gestione delle quote associative a strutture di promozione locale e nazionale	Gestione e liquidazione delle quote associative	€ 32.000,00
Tutela e Promozione delle imprese della Tuscia nel mondo	VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI TIPICI	Gestione diretta e/o indiretta e supporto delle iniziative locali e nazionali di promozione e valorizzazione dei prodotti tipici.	Gestione e delle richieste di contributo/compartecipazione per iniziative di promozione e valorizzazione dei prodotti tipici a norma di regolamento.	€ 15.000,00
Automazione dei Servizi	GESTIONE AUTOMATIZZATA DEI FLUSSI DOCUMENTALI	Utilizzo privilegiato di strumenti di efficientamento nella gestione dei flussi documentali quali raccomandata on line, l'uso della PEC per la comunicazione con gli utenti pubblici e privati, la posta e la modulistica in formato elettronico per ogni tipo di comunicazione interna e di servizio.	- Mantenimento della riduzione del numero di spedizioni di posta prioritaria e raccomandate nell'anno 2013 (-50% rispetto al dato dell'anno 2012) - Mantenimento della riduzione delle spese di consumo per carta nell'ordine fissato per l'anno 2013 (-10% rispetto al dato dell'anno 2012)	€ 35.000,00

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

STAFF SEGRETARIO GENERALE: INTERNAZIONALIZZAZIONE E MARKETING				
OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE	OBIETTIVI ATTESI/ TARGET DI RISULTATO	BUDGET
Competitività e Attrattività del Territorio	CONSOLIDAMENTO DEL MODELLO DI SVILUPPO "TURISMO INTEGRATO": (TUSCIA WELCOME)	Consolidamento del modello di sviluppo "turismo integrato" (Tuscia Welcome) attraverso: 1. Il rafforzamento dei rapporti fra gli operatori coinvolti anche con azioni finalizzate ad agevolare aggregazioni di impresa; 2. Semplificazione delle modalità di pubblicazione sul portale delle offerte ricettive e dei pacchetti turistici; 3. Supporto alle imprese per avviare una migliore commercializzazione dei prodotti turistici; 4. Realizzazione attività formative. Integrazione con le iniziative inerenti la promozione del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese. Promozione degli operatori aderenti al Progetto in occasione di workshop, educational tour e manifestazioni fieristiche a valenza turistica, proposti o partecipati dall'Ente Camerale. Integrazione con le iniziative formative-informative inerenti le reti di impresa.	• Incremento del 5% delle imprese partecipanti al progetto Tuscia Welcome; • Incremento del 10% delle offerte ricettive e/o dei pacchetti turistici.	€ 30.000,00
Competitività e Attrattività del Territorio	MANIFESTAZIONI E WORKSHOP DI PROMOZIONE TURISTICA	Partecipazione 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 in particolare: a. BTSA b. BIT Milano c. Buy Lazio d. Visituscia e. TTI di Rimini Acquisizione da parte degli Enti organizzatori di una reportistica dettagliata sull'esito dell'iniziativa in termini di presenze, gradimento, contatti.	• Gestione della presenza delle imprese ad almeno 4 iniziative di promozione turistica.	€ 40.000,00

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI VITERBO

Competitività e Attrattività del Territorio	MARCHIO COLLETTIVO TUSCIA VITERBESE: ORGANIZZAZIONE DI EVENTI MONOTEMATICI	Azioni finalizzate a favorire la commercializzazione e la distribuzione dei prodotti a Marchio Tuscia Viterbese anche attraverso iniziative di promozione specificatamente dedicate. Raccordo con l'Azienda Speciale per il coordinamento delle attività di gestione del progetto di valorizzazione dei prodotti del Marchio Collettivo nella Dieta Mediterranea.	Realizzazione di almeno 3 eventi di promozione dei prodotti del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese.	€ 29.000,00
Tutela e Promozione delle Imprese della Tuscia nel mondo	SPORTELLLO SPECIALIZZATO IMPRESE ESPORTATRICI, INIZIATIVE DI SISTEMA E ACCESSO AI FINANZIAMENTI EUROPEI A GESTIONE DIRETTA	Rafforzamento del ruolo dell'Ente Camerale, quale "sportello specializzato" per le imprese esportatrici e le imprese potenzialmente interessate ad operare sui mercati internazionali anche mediante azioni finalizzate alla promozione delle opportunità derivanti dall'accesso a finanziamenti europei a gestione diretta anche in collaborazione con l'Università degli studi della Tuscia. Realizzazione di azioni di promozione internazionale che rispondano a specifiche analisi di prodotto/mercato in raccordo con le iniziative del sistema camerale e dell'Agenzia per l'Internazionalizzazione (Network Globale): - Progetto in Arzerbaijan e/o Ucaraina - Summer Fancy Food - Salone Nautico di Cannes - The Big 5 Show - Progetto SIAFT: - B2B/INCOMING WINE - B2B/INCOMING OIL - B2B/INCOMING FOOD - B2B/INCOMING TURISMO - Iniziative del Sistema Camerale - Iniziative Agenzia Internazionalizzazione - Iniziative Regione Lazio e ARSIAL - Altre iniziative Unioncamere Lazio Progettazione e organizzazione di percorsi formativi, informativi e di sensibilizzazione verso le imprese matricole anche tramite lo sportello dedicato al sostegno e promozione d'impresa. Presidio e costante aggiornamento della vetrina delle imprese dedicata alla internazionalizzazione al fine di implementare il data-base delle	Coinvolgimento di almeno 20 imprese matricole di cui almeno il 30% partecipanti alle iniziative promozionali.	€ 110.000,00

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

		imprese esportatrici e potenzialmente esportatrici. Rafforzamento della Piattaforma Informativa WorldPass.		
Tutela e Promozione delle Imprese della Tuscia nel mondo	GESTIONE DELLA PRESENZA DELLE IMPRESE A MANIFESTAZIONI FIERISTICHE E WORKSHOP	Gestione della presenza delle imprese a manifestazioni fieristiche nazionali: - Big Blu; - Vinitaly; - Salone del Mobile Milano; - CIBUS; - Olio in piazza; - MOA CASA; - Salone del Gusto - Arti & Mestieri	• Incremento del 10% della partecipazione complessiva delle imprese alle manifestazioni fieristiche e workshop	€ 120.000,00

STAFF SEGRETARIO GENERALE: UFFICIO STAMPA

OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE	OBIETTIVI ATTESI/ TARGET DI RISULTATO	BUDGET
Competitività e Attrattività del Territorio	COORDINAMENTO DELLA PROMOZIONE DELLE FESTE DEL VINO, CASTAGNA E OLIO.	Definizione e Promozione di una campagna di comunicazione unitaria relativa alle feste. Raccordo operativo e gestione dei rapporti con i comuni. Assunzione di ogni iniziativa utile ed opportuna per accentuare la funzione di coordinamento e di promozione.	• Gestione di almeno 6 servizi su testate giornalistiche nazionali.	€ 60.000,00
S1-1	COMUNICAZIONE	Gestione unitaria della comunicazione istituzionale	• Uso coordinato ed unitario del materiale divulgativo e dei siti web. Mantenimento della presenza dell'Ente sulla stampa quotidiana/specialistic a di maggiore interesse per le attività e gli obiettivi della CCIAA.	€ 30.000,00

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

AREA SERVIZI AMMINISTRATIVI STUDI ANAGRAFE E TUTELA DEL MERCATO: ANAGRAFE				
CODICE PROGETTO	PROGETTO	DESCRIZIONE	OBIETTIVI ATTESI/ TARGET DI RISULTATO	BUDGET
Innovazione e Semplificazione	VALORIZZAZIONE DEL REGISTRO DELLE IMPRESE QUALE CANALE DI CONSULENZA SPECIALIZZATO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI.	Rafforzamento del ruolo formativo-informativo del Registro delle Imprese quale canale privilegiato di interlocuzione per utenti professionali ed imprenditori, attraverso il costante aggiornamento delle guide agli adempimenti amministrativi anche alla luce delle novità normative. Aggiornamento e costante monitoraggio delle pagine web del sito istituzionale contenenti le informazioni sulle attività dell'Ufficio e sui principali adempimenti, agevolando sempre più l'utenza verso l'utilizzazione di questo canale di informazione. Condivisione degli aggiornamenti con professionisti ed associazioni di categoria anche attraverso l'organizzazione di incontri seminari.	- Redazione, pubblicazione e diffusione di guide tematiche dedicate alle "nuove" imprese: a. Start up innovative; b. Imprese sociali; c. Società tra professionisti; d. Srl semplificate - Aggiornamento delle guide concernenti le modalità ed i requisiti previsti dalla vigente normativa per avviare le attività di mediatore e agente/rappresentante di commercio (ex ruoli); - Organizzazione di almeno 1 seminario di formazione e aggiornamento per professionisti, imprenditori ed Associazioni di categoria; - Monitoraggio e costante aggiornamento dei contenuti delle pagine del sito istituzionale dedicate ai servizi anagrafico certificativi; - Riduzione del 15% (rispetto al dato relativo all'anno 2013) delle pratiche PEC in stato di sospensione.	€ 5.000,00
Politiche di E - government	RIQUALIFICAZIONE E GESTIONE DEI RAPPORTI CON L'UTENZA MEDIANTE IL POTENZIAMENTO DEI SITI INTERNET E IL CALL CENTER	Rafforzamento dei siti istituzionali della Camera di Commercio e dell'Azienda Speciale quali strumenti privilegiati di comunicazione e di interazione con l'utenza. A tal fine si favorisce l'aggiornamento costante e la pubblicazione di guide esaustive agli adempimenti amministrativi, l'invio automatico di infonews ad utenti registrati, il call center dedicato ai servizi prestati dal Registro delle Imprese e Albo Imprese Artigiane, l'erogazione gratuita dei dispositivi di firma digitale ai neo imprenditori.	- Aggiornamento delle guide agli adempimenti amministrativi - Monitoraggio dei contatti call center	€ 72.000,00

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

AREA SERVIZI AMMINISTRATIVI STUDI ANAGRAFE E TUTELA DEL MERCATO: STUDI STATISTICA SERVIZI FINANZIARI E QUALITA'					
OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	SERVIZIO/STAFF	DESCRIZIONE	OBIETTIVI ATTESI/ TARGET DI RISULTATO	BUDGET
Competitività e Attrattività del Territorio	CREDITO	Area Servizi Amministrativi Studi Anagrafe e Tutela del Mercato	Prosecuzione delle azioni a supporto del sistema creditizio tramite i Confidi sulla base della stipula di una Convenzione	Monitoraggio semestrale gestione fondi Confidi	€ 250.000,00
Competitività e Attrattività del Territorio	EROGAZIONE CONTRIBUTI PER LA CERTIFICAZIONE DI QUALITA', TRACCIABILITA', AMBIENTALE E DI FILIERA	Area Servizi Amministrativi Studi Anagrafe e Tutela del Mercato	Erogazione contributi per la certificazione di qualità, tracciabilità, ambientale e di filiera	Realizzazione e gestione piattaforma per la presentazione telematica delle domande di contributo.	€ 200.000,00
Qualità del Lavoro nelle Imprese	IMPRENDITORIA FEMMINILE	Area Servizi Amministrativi Studi Anagrafe e Tutela del Mercato	Erogazione di servizi per la nuova imprenditorialità ed accesso agevolato al credito; Valorizzazione dei sistemi di qualità e di tracciabilità per la filiera della moda; Iniziative di formazione ed informazione.	- Indizione di un bando per i servizi integrati per la nuova imprenditorialità - Realizzazione di una brochure informativa sulle attività del Comitato Imprenditoria femminile - Realizzazione di almeno 4 iniziative formative-informative	€ 15.000,00
Tutela e Promozione delle Imprese della Tuscia nel mondo	INTERNAZIONALIZZAZIONE: RICHIESTA ON LINE DEI CERTIFICATI D'ORIGINE	Area Servizi Amministrativi Studi Anagrafe e Tutela del Mercato	Prosecuzione della sperimentazione per le imprese del distretto industriale di Civita Castellana, di un servizio di richiesta on line dei certificati d'origine con consegna diretta in azienda	Monitoraggio numero richieste e tempi di evasione	€ 5.000,00
Tutela e Promozione delle Imprese della Tuscia nel mondo	GESTIONE E SUPPORTO DELLE CERTIFICAZIONI AGROALIMENTARI DI QUALITA'	Area Servizi Amministrativi Studi Anagrafe e Tutela del Mercato	Gestione e supporto delle certificazioni agroalimentari di qualità anche attraverso la gestione di iniziative locali di valorizzazione.	Realizzazione dei controlli sulle certificazioni agroalimentari di qualità in conformità	€ 13.500,00

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

				a quanto previsto dai Piani di controllo. Realizzazione di n. 1 iniziativa di valorizzazione dell'Olio DOP in raccordo con le iniziative di promozione turistica e del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese	
Valorizzazione e Diffusione dell'informazione e economica	OSSERVATORIO ECONOMICO PROVINCIALE	Area Servizi Amministrativi Studi Anagrafe e Tutela del Mercato	Rafforzamento delle analisi economiche e dell'Osservatorio in sinergia con le Associazioni di Categoria.	Realizzazione POLOS	€ 40.000,00

AREA SERVIZI AMMINISTRATIVI STUDI ANAGRAFE E TUTELA DEL MERCATO: RAGIONERIA E PERSONALE				
OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE	OBIETTIVI ATTESI/ TARGET DI RISULTATO	BUDGET
Competitività e Attrattività del Territorio	TUSCIA SOSTENIBILE: PRIMA ATTUAZIONE DEL PIANO ENERGETICO DELLA C.C.I.A.A.	Attuazione del piano di azione per l'energia sostenibile predisposto dall'energy manager in raccordo con il sistema camerale	Attuazione del piano energetico	€ 10.500,00
Automazione dei Servizi	SCARTO E RIORDINO D'ARCHIVIO	Conclusione del progetto scarto d'archivio al fine di razionalizzare i flussi documentali dell'Ente rimuovendo i rischi di mancato adempimento alle norme di sicurezza nei luoghi di lavoro. Riordino dell'archivio fisico al fine di renderlo più funzionale alla consultazione.	Conclusione e scarto d'archivio e riordino spazi d'archivio.	€ 2.000,00

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

AREA SERVIZI AMMINISTRATIVI STUDI ANAGRAFE E TUTELA DEL MERCATO: TUTELA DEL MERCATO				
OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE	OBIETTIVI ATTESI/ TARGET DI RISULTATO	BUDGET
Iniziative per la Regolazione del Mercato	CONCILIAZIONE, ARBITRATO E TUTELA DELLA PROPRIETA' INDUSTRIALE	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.	Rispetto dei termini procedurali nella gestione delle pratiche di mediazione.	-
Iniziative per la Regolazione del Mercato	INIZIATIVE DI VALORIZZAZIONE E TUTELA DELLA PROPRIETA' INDUSTRIALE	Rafforzamento delle azioni di supporto rivolte in modo particolare alle imprese innovative, in materia di proprietà industriale, attraverso la riqualificazione dei servizi informativi, la diffusione della cultura della tutela della proprietà industriale, e servizi di consulenza specialistica.	Realizzazione di n. 5 giornate di consulenza specializzata/workshop in materia di proprietà industriale, lotta alla contraffazione etc.	€ 10.000,00

AZIENDA SPECIALE CE.F.A.S.				
OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE	OBIETTIVI ATTESI/ TARGET DI RISULTATO	BUDGET
Innovazione e Semplificazione	Sportello Unico Attività Produttive	Messa a punto di azioni dirette alla omogeneizzazione e semplificazione delle procedure degli Sportelli Unici Attività Produttive anche attraverso la diffusione di modelli e strumenti informatici. Rafforzamento del ruolo del PSUT quale potenziale strumento di marketing territoriale per l'intera Tuscia Viterbese sotto tre differenti accezioni: promozione del territorio, finalizzazione delle politiche territoriali ed urbane, riorganizzazione delle procedure amministrative nella direzione di una maggiore attenzione ai <i>clienti del prodotto sistema locale</i> .	- realizzazione di 6 seminari/incontri gruppi di lavoro; - estensione di un'unica piattaforma informatica per la gestione telematica delle pratiche SUAP almeno al 20% dei comuni accreditati.	€ 65.000,00
Competitività e Attrattività del Territorio	Innovazione e trasferimento tecnologico	Consolidamento del ruolo dell'Ente Camerale quale soggetto in grado di facilitare il trasferimento dell'innovazione tecnologica ed organizzativa affinché le PMI possano introdurre innovazioni di processo, di organizzazione e di prodotto, che ne migliorino la competitività. Prosecuzione delle attività di sensibilizzazione e formazione sui temi della CSR. Prosecuzione dell'attività informativa operata con lo Sportello EEN. Supporto e valorizzazione delle filiere del nocciolo e del castagno e prosecuzione della pubblicazione tecnico scientifica Corylus & Co. Organizzazione del VI Convegno Nazionale sul Castagno.	- Presidio e costante aggiornamento di una sezione dedicata ed interattiva sul sito internet dell'Azienda Speciale e gestione di una campagna di comunicazione massiva. - Assistenza a sportello di almeno 25 aziende sui temi propri della finanza	€ 60.000,00

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

			agevolata e accesso a contributi 3. Realizzazione di almeno 16 infonews 4. Acquisizione e pubblicazione di almeno 8 articoli tecnico scientifici per la rivista Corylus & Co. 5. Realizzazione del VI Convegno Nazionale sul Castagno	
Competitività e Attrattività del Territorio	Tuscia Sostenibile	Prosecuzione ed il rafforzamento dell'attività dello Sportello Tuscia Sostenibile per una più capillare diffusione della cultura del risparmio ed efficientamento energetico stimolando le imprese verso la diagnosi energetica e percorsi di riconversione dei processi di approvvigionamento ed utilizzazione energetici. Ricerca di nuovi paradigmi condivisi di valutazione della sostenibilità, la definizione di adeguati indicatori, sperimentazione di nuove soluzioni tecniche per l'efficienza energetica e nel contempo ideazione di forme innovative di eliminazione degli scarti, diffusione dei risultati presso le imprese e gli amministratori locali. Sostenere le aziende e stimolarle a sviluppare nuove strategie gestionali compatibili con le caratteristiche del territorio, a relazionarsi con la ricerca in un'ottica di unione per il raggiungimento di comuni benefici. Valorizzare e comunicare le buone pratiche adottate in termini di sostenibilità	1. Coinvolgimento di almeno 15 imprese nelle attività di formazione, assistenza e tutoraggio relativamente ai temi della cultura del risparmio ed efficientamento energetico 2. Gestione di un bando per la partecipazione ad un progetto finalizzato alla formazione e all'assistenza alle imprese sul tema dell'efficientamento energetico e per la diagnosi energetica (audit).	€ 65.000,00
Competitività e Attrattività del Territorio	Marchio Collettivo 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, coinvolgendo in particolare gli esercizi di ristorazione e	1. Incremento del 5% delle imprese aderenti al marchio collettivo Tuscia Viterbese. 2. Verifica di almeno il 20% delle imprese licenziatricie più tutte quelle nuove.	€ 91.000,00

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

		di vendita e puntando ad una promozione mirati sui mercati di Viterbo e Roma. Integrazione delle iniziative promozionali dei prodotti tipici con le attività connesse all'attrattività turistica. Realizzazione di attività formative e divulgative dedicate ai produttori, ai consumatori e ai ristoratori sui principi della dieta mediterranea e i benefici per la salute. Promozione di giornate dedicate alla Dieta Mediterranea attraverso il coinvolgimento della rete locale dei ristoranti aderenti all'iniziativa che utilizzando i prodotti del Marchio realizzano piatti e menù tipici del territorio conformi al modello alimentare mediterraneo. Individuazione dei casi aziendali "di eccellenza" del territorio che, nell'ambito delle filiere produttive di riferimento, si sono distinti per innovazione, qualità e sostenibilità. Supporto e formazione dei produttori ai fini della apposizione delle tabelle nutrizionali e l'indicazione di origine dei prodotti, obbligatorie dal 2014. Attività di 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. Azioni tese a garantire il rispetto dei disciplinari approvati e relativa fase di controllo.		
Qualità del Lavoro nelle Imprese	Orientamento Alternanza Scuola Lavoro e Formazione	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. Prosecuzione dell'attività di diffusione delle iniziative di Universitas Mercatorum finalizzate a favorire la crescita culturale degli occupati nel settore pubblico e privato locale e degli imprenditori, anche mediante la gestione di una sezione dedicata sul sito istituzionale dell'Azienda Speciale e l'invio di infonews ai potenziali interessati.	- Realizzazione di almeno 6 incontri di orientamento, divulgazione e formazione per target omogenei di studenti su professioni tecnico scientifiche, in collaborazione con le scuole; - Favorire la collaborazione tra mondo del lavoro e mondo scolastico anche attraverso la realizzazione del job day.	€ 20.000,00

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

Qualità del Lavoro nelle Imprese	Sostegno e Promozione di Impresa	Il processo si svilupperà, in continuità rispetto a quanto già attuato negli anni precedenti, attraverso la gestione di uno sportello di prima informazione e orientamento a cui affiancare una più specifica attività di assistenza e tutoraggio personalizzate (incontri one to one) e di incontri seminariali su tematiche strettamente connesse alla creazione e gestione d'impresa, con sessioni dedicate in particolare allo sviluppo delle competenze commerciali, all'accesso ad innovative formule di credito e alle aggregazioni di impresa (reti) Saranno altresì organizzati percorsi formativi e di accompagnamento specificatamente dedicati alle nuove potenziali imprese esportatrici (matricole) al fine di accompagnarle sui mercati esteri. Monitoraggio delle aziende tutorate da più di 2 anni al fine di valutare le dinamiche dell'attività imprenditoriale ed eventualmente suggerire eventuali azioni correttive.	1. Assistenza e tutoraggio di almeno 15 nuovi beneficiari ivi incluse aziende in fase di start up; 2. Consolidamento delle attività di supporto a favore delle imprese assistite nella precedente annualità con affiancamento di almeno 20 aziende tra quelle già assistite nella precedente annualità. 3. Erogazione complessiva di 50 giornate di tutoraggio	€ 75.000,00
-------------------------------------	--	---	--	-------------

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 2014, 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**;

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

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 telematica con cittadini ed imprese** attraverso l'utilizzazione della posta elettronica ordinaria e certificata e dei siti internet dell'Ente curandone il costante aggiornamento;
4. La predisposizione del **Codice di Comportamento**.

3.7 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, URP, Servizi Finanziari e 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 Stampa.

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

Oltre alla gestione dei progetti strategici, **al Segretario Generale** Francesco Monzillo sono assegnati i seguenti obiettivi per l'anno 2014:

OBIETTIVI DI PROGRAMMAZIONE

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

TARGET 2014	PESO
1) Coordinamento delle attività di monitoraggio trimestrale del grado di rispondenza dell'azione amministrativa agli obiettivi e al budget direzionale; analisi del budget economico, messa in atto di interventi correttivi, se necessari, non oltre il mese di luglio;	15%
2) Predisposizione, con il supporto dell'Organismo Indipendente di valutazione e dell'unità addetta allo Staff di Programmazione e controllo, di indicatori e di attività propedeutici alla valutazione strategica e presentazione dei risultati in Giunta;	25%

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI VITERBO

OBIETTIVI DI GESTIONE

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

Gestione delle procedure per il rinnovo degli Organi Camerali.

TARGET 2014	PESO
1) Realizzazione di indagini volte a rilevare il benessere organizzativo, il grado di condivisione del sistema di valutazione e la valutazione dei propri superiori	10%
2) Gestione delle procedure per il rinnovo degli Organi Camerali come disciplinate dalla Legge 580/1993 e s.m.i. e dal D.M. 156/2011.	25%

OBIETTIVI DI RELAZIONE E COORDINAMENTO

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

TARGET 2014	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.	25%

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:

- Attività inerente la procedura di cancellazione d'ufficio ai sensi del DPR 247/2004 e dell'articolo 2190 del Codice Civile: peso: 20%
- Monitoraggio e costante aggiornamento dei modelli e delle guide operative inerenti gli adempimenti pubblicitari nel Registro delle Imprese e all'Albo delle Imprese Artigiane: 15%;
- Cura degli adempimenti connessi all'attività espletata dall'Ente come Autorità Pubblica di Controllo: peso 35%;
- Analisi dei costi di processo della Camera di Commercio e dell'Azienda Speciale Ce..F.A.S.: peso 15%;
- 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: peso 15%.

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

4.1 Sintesi del processo seguito e soggetti coinvolti

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

4.2 Coerenza con la programmazione economico-finanziaria e di bilancio

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

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

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

Allegato A al Piano della Performance anno 2014

INDICATORI DI RISULTATO

MISSIONE:011 COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE						
LINEA PROGRAMMATICA: RAFFORZAMENTO DEL METODO DELLA CONCERTAZIONE CONDIVISA						
AZIONE: GESTIONE TAVOLO DI CONCERTAZIONE SULLA CASTANICOLTURA PROVINCIALE						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento degli attori al tavolo di concertazione	Qualità	N	N. incontri organizzati dalla Camera di Commercio	Rilevazione della Camera	La capacità della Camera di incidere sul rafforzamento del sistema a rete nei rapporti con le altre Istituzioni	N.3 incontri

MISSIONE 012 "REGOLAZIONE DEI MERCATI"						
LINEA PROGRAMMATICA: INNOVAZIONE E SEMPLIFICAZIONE						
AZIONE: SPORTELLO UNICO ATTIVITA' PRODUTTIVE						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Implementazione delle attività di supporto alla rete locale dei SUAP	Qualità	n	N. contatti/incontri gestiti dalla Camera di Commercio	Rilevazione della Camera	La capacità della Camera di promuovere lo strumento di semplificazione	N. 5 seminari/incontri/gruppi di lavoro N. 400 contatti n. 16 infonews.

MISSIONE 012 "REGOLAZIONE DEI MERCATI"						
LINEA PROGRAMMATICA: INNOVAZIONE E SEMPLIFICAZIONE						
AZIONE: SPORTELLO UNICO ATTIVITA' PRODUTTIVE						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Implementazione delle attività di supporto alla rete locale dei SUAP	Qualità	n	N. contatti/incontri gestiti dalla Camera di Commercio	Rilevazione della Camera	La capacità della Camera di promuovere lo strumento di semplificazione	N. 5 seminari/incontri/gruppi di lavoro N. 400 contatti n. 16 infonews.

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

Allegato A al Piano della Performance anno 2014

MISSIONE 012 “REGOLAZIONE DEI MERCATI”						
LINEA PROGRAMMATICA: INNOVAZIONE E SEMPLIFICAZIONE						
AZIONE: VALORIZZAZIONE DEL REGISTRO IMPRESE QUALE CANALE DI CONSULENZA SPECIALIZZATO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Ottimizzazione servizi informativi alle imprese ed ai professionisti	Qualità	n	N. seminari di formazione e aggiornamento e guide sul sito	Rilevazione della Camera	La capacità della Camera di supportare le imprese ed i professionisti nell'ottica della semplificazione	Redazione di guide “nuove imprese”, albi e ruoli Organizzazione di 1 seminario
Tasso di sospensione delle pratiche PEC	Efficienza	%	N. pratiche PEC in sospensione/N. pratiche PEC acquisite	Infocamere	La percentuale di pratiche sospese sul totale delle pratiche acquisite	Riduzione del 15% delle pratiche PEC in sospensione rispetto al dato dell'anno 2013

MISSIONE 011 “COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE						
LINEA PROGRAMMATICA: COMPETITIVITA' E ATTRATTIVITA' DEL TERRITORIO						
AZIONE: TURISMO						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento delle imprese alle iniziative inerenti il progetto di “turismo integrato” (Tuscia Welcome)	Qualità	%	N. imprese coinvolte anno 2014/N. imprese coinvolte anno 2013	Rilevazione della Camera	La percentuale di incremento delle imprese coinvolte nel progetto	Incremento del 5% delle imprese partecipanti al progetto Tuscia Welcome rispetto all'anno 2013
Tasso di incremento delle offerte ricettive e/o dei pacchetti turistici	Qualità	%	N. pacchetti/offerte ricettive anno 2014/N. pacchetti offerte ricettive anno 2013	Rilevazione della Camera	La percentuale di incremento delle offerte turistiche da parte degli operatori coinvolti nel progetto	Incremento del 10% delle offerte/pacchetti turistici rispetto all'anno 2013
Grado di coinvolgimento delle imprese alle iniziative di promozione turistica	Qualità	n.	N. iniziative di promozione turistica promosse	Rilevazione della Camera	Capacità della Camera di organizzare eventi di promozione turistica e renderli attrattivi per le imprese	Gestione della presenza delle imprese ad almeno 4 iniziative di promozione turistica
Implementazione della campagna promozionale	Qualità	n.	N. servizi pubblicati su testate	Rilevazione della Camera	Capacità attrattiva	Gestione di almeno 6 servizi su

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

Allegato A al Piano della Performance anno 2014

delle Feste del vino castagna e olio			giornalistiche nazionali			testate giornalistiche nazionali
--	--	--	-----------------------------	--	--	--

MISSIONE 011 “COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE						
LINEA PROGRAMMATICA: COMPETITIVITA’ E ATTRATTIVITA’ DEL TERRITORIO						
AZIONE: PROMOZIONE RETI DI IMPRESA						
Indicatore	Tipologia	Unita’ di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Implementazione azioni di supporto alle imprese per la costituzione dei contratti di rete	Qualità	N.	N. contratti di rete	Rilevazione della Camera	Capacità di aggregazione della Camera di Commercio	Redazione di almeno 2 contratti di rete

MISSIONE 011 “COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”						
LINEA PROGRAMMATICA: COMPETITIVITA’ E ATTRATTIVITA’ DEL TERRITORIO						
AZIONE: INNOVAZIONE E TRASFERIMENTO TECNOLOGICO						
Indicatore	Tipologia	Unita’ di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di trasferimento dell’innovazione tecnologica e organizzativa alle PMI	Qualità	N	N. imprese coinvolte nelle attività di formazione assistenza e tutoraggio	Rilevazione della Camera	Indica il livello di interesse del tessuto economico provinciale all’innovazione e trasferimento tecnologico	Coinvolgimento di almeno 15 imprese Indizione di un bando per la partecipazione al progetto “Servizi integrati nuova imprenditorialità” Assistenza a sportello ad almeno 25 aziende sui temi finanza agevolata 16 infonews
Semplificazione nella gestione della concessione dei contributi per la certificazione di qualità, tracciabilità, ambientale e di filiera	Efficienza	N	n. pratiche presentate telematicamente/N. pratiche totali	Rilevazione della Camera	Il tasso di informatizzazione e semplificazione delle richieste di contributo da parte delle imprese	Realizzazione della piattaforma per la presentazione telematica delle domande di contributo

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

Allegato A al Piano della Performance anno 2014

MISSIONE 011 “COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE						
LINEA PROGRAMMATICA: COMPETITIVITA’ E ATTRATTIVITA’ DEL TERRITORIO						
AZIONE: MARCHIO COLLETTIVO TUSCIA VITERBESE						
Indicatore	Tipologia	Unita’ di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento del tessuto imprenditoriale locale	Qualità	%	N. imprese aderenti al progetto anno 2014/n. imprese aderenti al progetto anno 2013	Rilevazione della Camera	La percentuale di incremento delle imprese coinvolte nel progetto	Incremento del 55 delle imprese aderenti al Marchio Tuscia Viterbese rispetto al dato dell’anno 2013
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 3 eventi
Tasso di realizzazione di verifiche sul rispetto dei disciplinari	Efficienza	%	N. imprese licenziatrici controllate nell’anno/N. imprese licenziatrici totali	Rilevazione della Camera	La percentuale di controlli effettuati sul totale delle imprese licenziatrici	Verifica di almeno il 20% delle imprese licenziatrici più tutte quelle nuove.

MISSIONE 011 “COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE						
LINEA PROGRAMMATICA: COMPETITIVITA’ E ATTRATTIVITA’ DEL TERRITORIO						
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
Rispetto dei termini regolamentari nella gestione delle pratiche	Efficienza	%	N. pratiche gestite entro i termini regolamentari/N. pratiche acquisite nell’anno	Rilevazione della Camera	La percentuale di pratiche evase nei termini regolamentari rispetto al totale delle pratiche acquisite	100% di pratiche gestite nei termini regolamentari

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

Allegato A al Piano della Performance anno 2014

MISSIONE 011 “COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE						
LINEA PROGRAMMATICA: QUALITA’ DEL LAVORO NELLE IMPRESE						
AZIONE: ORIENTAMENTO ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO E FORMAZIONE						
Indicatore	Tipologia	Unita’ di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie	Qualità	N.	N. di incontri di orientamento, divulgazione e formazione organizzati dalla Camera di Commercio	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa della Camera	Realizzazione di almeno 6 incontri. Realizzazione del job day

MISSIONE 011 “COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE						
LINEA PROGRAMMATICA: QUALITA’ DEL LAVORO NELLE IMPRESE						
AZIONE: SOSTEGNO E PROMOZIONE DI IMPRESA						
Indicatore	Tipologia	Unita’ di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento di aspiranti e neo imprenditori	Qualità	N.	N. di beneficiari servizi di start up	Rilevazione della Camera	Numero di beneficiari coinvolti	Assistenza e tutoraggio di almeno 15 nuovi beneficiari e affiancamento di almeno 20 imprese tra quelle già assistite nella precedente annualità
Grado di accompagnamento degli aspiranti e neoimprenditori	Qualità	N.	N. giornate di tutoraggio erogate dalla Camera di Commercio	Rilevazione della Camera	Il volume di attività svolte	Erogazione di 50 giornate di tutoraggio

MISSIONE 011 “COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE						
LINEA PROGRAMMATICA: QUALITA’ DEL LAVORO NELLE IMPRESE						
AZIONE: IMPRENDITORIA FEMMINILE						
Indicatore	Tipologia	Unita’ di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Diffusione di servizi reali e finanziari alle imprese	Qualità	N.	N.iniziative promosse	Rilevazione della Camera	La capacità promozionale della Camera	Indizione di un bando per i servizi integrati per la nuova imprenditorialità Realizzazione di una brochure informativa sulle

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

Allegato A al Piano della Performance anno 2014

						attività del Comitato Imprenditoria femminile Realizzazione di n. 4 iniziative formative-informative
--	--	--	--	--	--	--

MISSIONE 16 “COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO”

LINEA PROGRAMMATICA: TUTELA E PROMOZIONE DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA NEL MONDO

AZIONE INTERNAZIONALIZZAZIONE

Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento del tessuto imprenditoriale locale alle iniziative di formazione e promozione	Qualità	N.	N. imprese matricole coinvolte	Rilevazione della Camera	L'interesse ed il potenziale del tessuto imprenditoriale alle iniziative di internazionalizzazione	Coinvolgimento di almeno 20 imprese matricole di cui almeno il 30% partecipanti alle iniziative promozionali

MISSIONE 12 “REGOLAZIONE DEI MERCATI”

LINEA PROGRAMMATICA: TUTELA E PROMOZIONE DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA NEL MONDO

AZIONE: PROMOZIONE DELL'AGROALIMENTARE

Indicatore	Tipologia	Unita' 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	Efficienza	%	N. operatori controllati per singola DOP e IGP/n. operatori iscritti	Rilevazione della Camera	La percentuale dei controlli effettuati	100% verifiche previste dai singoli piani di controllo
Campagna di valorizzazione Olio DOP	Qualità	N.	N. iniziative di valorizzazione Olio DOP organizzate dalla Camera di Commercio	Rilevazione della Camera	Il grado di incisività nella valorizzazione dell'Olio DOP	Relaizzazione di n. 1 iniziativa di valorizzazione Olio DOP

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

Allegato A al Piano della Performance anno 2014

MISSIONE 11 “COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”						
LINEA PROGRAMMATICA: TUTELA E PROMOZIONE DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA NEL MONDO						
AZIONE: GESTIONE DELLA PRESENZA DELLE IMPRESE A MANIFESTAZIONI FIERISTICHE E WORKSHOP						
Indicatore	Tipologia	Unita’ di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento delle imprese a manifestazioni fieristiche e workshop	Qualità	%	Imprese partecipanti ad eventi anno 2014/imprese partecipanti ad eventi anno 2013	Rilevazione della Camera	La percentuale delle imprese aderenti alle iniziative rispetto all’anno 2013	Incremento del 10% della partecipazione di imprese ad eventi rispetto all’anno 2013

MISSIONE 12 “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. 6 giornate di consulenza specializzata/workshop in materia di proprietà industriale

MISSIONE 11 “COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”						
LINEA PROGRAMMATICA: VALORIZZAZIONE E DIFFUSIONE INFORMAZIONE ECONOMICA						
AZIONE: OSSERVATORIO ECONOMICO PROVINCIALE						
Indicatore	Tipologia	Unita’ di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di diffusione dell’informazione economica	Qualità	N.	N iniziative di informazione organizzate dalla Camera	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa della Camera	Realizzazione Polos

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA VITERBO

Allegato A al Piano della Performance anno 2014

MISSIONE 32 “SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”						
LINEA PROGRAMMATICA: AUTOMAZIONE DEI SERVIZI						
AZIONE: GESTIONE AUTOMATIZZATA FLUSSI DOCUMENTALI						
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 2012	Rilevazione della Camera	La percentuale di spedizioni effettuate nell'anno rispetto a quelle dell'anno 2012	Riduzione del 50% del numero di spedizioni rispetto all'anno 2012
Spese di consumo per carta	Efficienza	%	Spese di consumo per carta anno 2014/spese di consumo per carta anno 2012	Rilevazione della Camera	La percentuale di spesa nell'anno rispetto a quella sostenuta nell'anno 2012	Riduzione del 10% rispetto al dato dell'anno 2012

INDICATORI ECONOMICI

INDICATORI ECONOMICO PATRIMONIALI					
Indicatore	Unità di m	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa Misura	2014
					Target
Equilibrio economico della gestione corrente	%	Oneri correnti/proventi correnti	Documenti di bilancio	L'incidenza degli oneri correnti rispetto ai proventi correnti	108(*)
Incidenza dei costi strutturali	%	Oneri correnti - interventi economici/Proventi correnti	Documenti di bilancio	L'incidenza dei costi di struttura rispetto ai proventi correnti	86(*)
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
equilibrio economico finanziario	rapporto	Costi di struttura (al netto di imposte e tasse, quote associative e conferimenti 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 superiore a 0,77
Incidenza delle spese di funzionamento rispetto al totale dei costi di struttura	%	costo spese di funzionamento/rispetto al 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
riscossione spontanea diritto annuale	%	riscossione spontanea diritto annuale/diritto annuale	Documenti di bilancio	grado di riscossione spontanea del diritto annuale	74
Note:					
L'indice del 2013 è calcolato sul preconsuntivo 2013					
L'indice del 2014 è calcolato sulla base della proposta di previsione economica 2014					
(*) Il target è vincolato all'approvazione di progetti a valere sul Fondo Perequativo da parte di Unioncamere					