

# La Relazione sulla performance **2013**

*Adottata con delibera della Giunta Camerale  
n. 5.27 del 17.07.2014*

## INDICE E STRUTTURA DELLA RELAZIONE

|                                                                                              |         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1. PRESENTAZIONE                                                                             | pag. 3  |
| 2. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE<br>PER I CITTADINI E GLI ALTRI STAKHOLDER ESTERNI | pag. 4  |
| 2.1. Il contesto esterno di riferimento                                                      | pag. 4  |
| 2.2. L'amministrazione                                                                       | pag. 9  |
| 2.3. I risultati raggiunti                                                                   | pag. 16 |
| 2.4. Le criticità e le opportunità                                                           | pag. 18 |
| 3. OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI                                              | pag. 55 |
| 3.1. Albero della <i>performance</i>                                                         | pag. 55 |
| 3.2. Obiettivi individuali                                                                   | pag. 60 |
| 4. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITA'                                                       | pag. 63 |
| 5. PARI OPPORTUNITA' E BILANCIO DI GENERE                                                    | pag. 64 |
| 6. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA<br>RELAZIONE SULLA PERFORMANCE                             | pag. 65 |
| 6.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità                                                   | pag. 65 |
| 6.2 Punti di forza e di debolezza del ciclo della <i>performance</i>                         | pag. 66 |

## 1. PRESENTAZIONE

La relazione sulla *performance*, prevista dall'articolo 10, co. 1, lettera b), del D.Lgs. n. 150/2009, è lo strumento mediante il quale l'Amministrazione illustra ai cittadini e a tutti gli altri stakeholders, interni ed esterni, i risultati ottenuti con la gestione dell'anno precedente. ”.

Più specificatamente con la *Relazione* sono rendicontati i risultati organizzativi e individuali raggiunti rispetto agli obiettivi e alle risorse programmati, con la rilevazione degli eventuali scostamenti, l'analisi delle cause e l'indicazione delle misure correttive da adottare.

La *Relazione* costituisce quindi la fase finale del “*ciclo di gestione della performance*”, durante la quale la Camera di Commercio misura e valuta la propria capacità di pianificare e raggiungere gli obiettivi, analizza i risultati raggiunti e utilizza quanto emerso da tale valutazione per migliorare il successivo ciclo della *performance*.

Oltre al suo valore strumentale e gestionale, la *Relazione* costituisce anche la concretizzazione del principio della trasparenza che rappresenta uno dei pilastri su cui si basa la riforma della P.A..

La Camera di Commercio di Viterbo ha fatto della trasparenza il principio fondamentale su cui impostare la propria politica già da diversi anni, precorrendo gli obblighi derivanti dalla riforma.

La trasparenza costituisce il livello essenziale delle prestazioni erogate dalle Amministrazioni Pubbliche secondo quanto previsto dall'articolo 117, co. 2, lett. m, della Costituzione, intesa come “*accessibilità totale delle informazioni concernenti l'organizzazione, la gestione, l'utilizzazione delle risorse, i risultati dell'attività*”, secondo il paradigma della libertà di informazione, dell'*open government* di origine statunitense, al fine di favorire forma diffuse di controllo del rispetto dei principi di buon andamento ed imparzialità.

La trasparenza è anche il mezzo mediante il quale prevenire ed eventualmente palesare situazioni in cui possono annidarsi forme di illecito e di conflitto di interessi, quindi strumento essenziale per *la lotta alla corruzione e alla illegalità*.

Il *Piano della Performance* e la *Relazione*, unitamente al Programma Triennale per la Trasparenza, al Piano triennale Anticorruzione e al Bilancio Sociale, si collocano tra gli strumenti utilizzati dall'Ente Camerale per garantire ai propri stakeholders la conoscibilità del proprio operato in termini di *mission*, servizi erogati e risorse utilizzate rappresentando la concreta attuazione della così detta *accountability* ovvero della rendicontazione in modo leggibile e trasparente delle priorità, degli interventi programmati e dei risultati conseguiti.

*Il Presidente*  
**Ferindo Palombella**

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

### **2.1 Il contesto esterno di riferimento**

#### ***La ricchezza prodotta***

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

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

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

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

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

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

#### ***Il mercato del lavoro***

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### ***Il sistema imprenditoriale***

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

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

Il settore più rappresentativo è quello dell'agricoltura, dove si concentrano quasi 11,8 mila imprese attive, grazie alle numerose coltivazioni e produzioni di qualità che offre il territorio, seguito dal commercio (quasi 7,8 mila), dalle costruzioni (4,9 mila) e con scarti più ampi dal manifatturiero (quasi 2 mila imprese attive). Al di là di questi macro settori, occorre ricordare i numerosi comparti del terziario, tra i quali spicca la ricettività turistica (1,9 mila imprese), seguita con oltre 500 imprese dalle agenzie di viaggio, le

imprese di noleggio e i servizi a supporto delle imprese, dalle attività immobiliari, dalle attività professionali e scientifiche, dalle imprese di trasporto e magazzinaggio, e da quelle finanziarie e assicurative.

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

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

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

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

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

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

### ***Il commercio estero***

In un contesto di debolezza della domanda interna, un sostegno alla produzione delle imprese locali deriva dalle esportazioni che trovano beneficio dalla presenza di mercati stranieri fortemente dinamici. Se si esclude il 2009, nel corso dell'ultimo quinquennio le esportazioni nella provincia di Viterbo hanno registrato un andamento complessivamente positivo, segnando un incremento nel 2010 (+17,8%), nel 2012 (+19,8%) e nel 2013 (+5,1%), e una flessione nel solo 2011 (-6,5%); tale positivo andamento ha in parte contenuto gli effetti della crisi economica sull'economia locale. In questo contesto occorre tuttavia precisare come la provincia di Viterbo, a forte connotazione terziaria, non presenti una elevata apertura

verso i mercati esteri ed una spiccata propensione per l'esportazione. Il rapporto tra le esportazioni e il valore aggiunto, che segna la propensione all'esportazione, misurando in qualche misura il contributo dei mercati stranieri alla produzione di ricchezza del territorio, risulta a Viterbo pari ad appena il 5,5%, valore ampiamente inferiore al già modesto 11,5% regionale per non parlare del confronto con la media nazionale (27,8%).

Più altalenante è l'andamento delle importazioni.

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

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

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

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

## **Il credito**

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

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

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

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

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

### ***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, implementazione dei servizi camerali on line.

### ***Le Relazioni istituzionali della Camera***

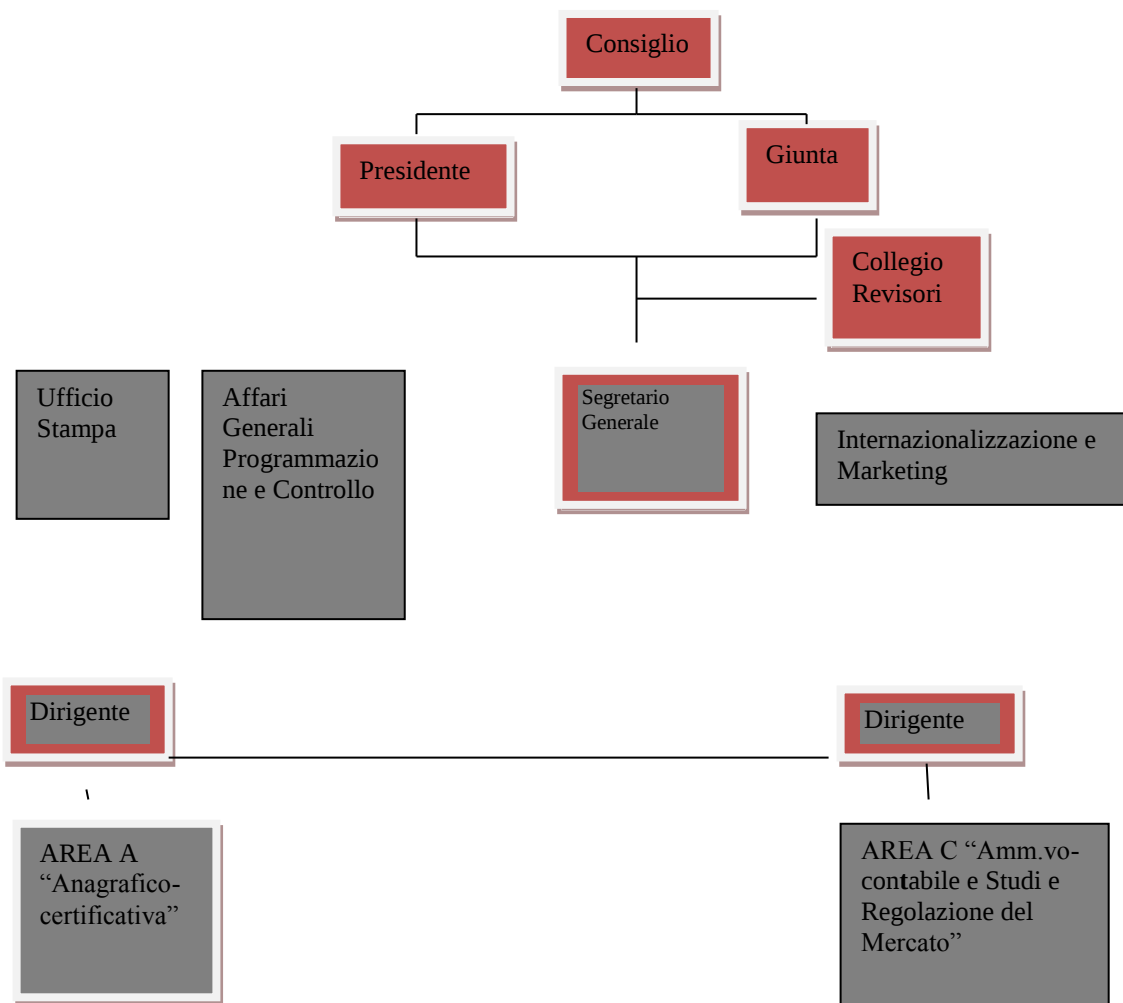
La Camera di Commercio è per sua stessa natura un nodo connesso con una rete istituzionale più ampia. In particolare, nell'ambito del sistema camerale è un nodo in relazione con le altre Camere di Commercio, con l'Unione Regionale, con l'Unioncamere, con le agenzie del sistema (Infocamere, Tagliacarne,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

Nell'ambito del sistema territoriale è un nodo in relazione con tutti gli altri attori dello sviluppo: Regione, Provincia, Comuni, Associazioni di Categoria, Associazioni dei Consumatori, Organizzazioni Sindacali.

## 2.2 L'Amministrazione

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

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



### 1.1 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;
- Attività di Regolazione del Mercato: composizione delle controversie derivanti dalle relazioni economiche tra imprese e tra imprese e cittadini.

### 1.2 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;
- Iniziative di assistenza tecnica, innovazione e trasferimento tecnologico, ricerca scientifica, consulenza e quanto altro necessario per l'approfondimento e la divulgazione dei fenomeni che attengono allo sviluppo dei vari settori economici della provincia";
- Iniziative di marketing territoriale finalizzate alla diffusione e qualificazione degli strumenti di sviluppo e semplificazione amministrativa";
- Iniziative di qualificazione, riqualificazione e sviluppo delle risorse umane anche tramite implementazione di politiche attive del lavoro.

### **Orario di apertura al pubblico**

Camera di Commercio di Viterbo:

Dal lunedì al venerdì: dalle ore 9.30 alle ore 12.30

Lunedì e giovedì: dalle ore 15.30 alle ore 16.30

Azienda speciale CeFAS:

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

### **Il profilo qualitativo del personale**

|                                |                  |           |
|--------------------------------|------------------|-----------|
| <b>Camera di<br/>Commercio</b> | Dirigenti        | 2         |
|                                | Impiegati        | 58        |
|                                | <b>Totale</b>    | <b>60</b> |
| <b>CeFAS</b>                   | Totale Personale | 6         |

### Ripartizione del personale per profilo professionale

| CCIAA | Impiegati | Profilo A | 2  |
|-------|-----------|-----------|----|
|       |           | Profilo B | 1  |
|       |           | Profilo C | 36 |
|       |           | Profilo D | 19 |
|       | Dirigenti |           | 2  |
|       | TOTALE    |           | 60 |

| DISTRIBUZIONE DEL PERSONALE PER FUNZIONI ISTITUZIONALI AL 31.12.2013                           |                                                                                      |             |                 |             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------|-------------|
| FUNZIONI                                                                                       | ANNO 2012                                                                            |             | ANNO 2013       |             |
|                                                                                                | VALORE ASSOLUTO                                                                      | VALORE %    | VALORE ASSOLUTO | VALORE %    |
| <b>FUNZIONE A:<br/>Organi<br/>istituzionali e<br/>Segreteria<br/>Generale</b>                  | <b>14</b><br>(Di cui n. 11 di ruolo e n. 3 a tempo determinato)                      | <b>18%</b>  | <b>9</b>        | <b>15%</b>  |
| <b>FUNZIONE B:<br/>Servizi di<br/>Supporto</b>                                                 | <b>14</b><br>(Di cui n. 10 di ruolo, n. 2 a tempo determinato, n. 1 comandato)       | <b>18%</b>  | <b>13</b>       | <b>21%</b>  |
| <b>FUNZIONE C:<br/>Anagrafe e Servizi<br/>di Regolazione del<br/>Mercato</b>                   | <b>27</b><br>(Di cui n. 21 di ruolo, n. 5 a tempo determinato, n. 1 comandato)       | <b>35%</b>  | <b>25</b>       | <b>42%</b>  |
| <b>FUNZIONE D:<br/>Studio,<br/>Formazione,<br/>Informazione e<br/>Promozione<br/>economica</b> | <b>22</b><br>( di cui 17 di ruolo e n. 5 a tempo determinato per attività censuarie) | <b>29%</b>  | <b>13</b>       | <b>22%</b>  |
| <b>TOTALE</b>                                                                                  | <b>77</b>                                                                            | <b>100%</b> | <b>60</b>       | <b>100%</b> |

### Composizione del personale per tipologia contrattuale

|      |               | A tempo indeterminato |           |           | A tempo determinato | Interinale | Altre tipologie |
|------|---------------|-----------------------|-----------|-----------|---------------------|------------|-----------------|
|      |               | Full time             | part time | Totale    |                     |            |                 |
| 2012 | CdC           | 58                    | 1         | 59        | 15                  | -          | 2               |
|      | CeFAS         | 6                     | 1         | 7         | -                   | -          | -               |
|      | <b>Totale</b> | <b>64</b>             | <b>2</b>  | <b>66</b> | <b>15</b>           | <b>-</b>   | <b>2</b>        |
| 2013 | CdC           | 58                    | 2         | 60        | -                   | -          | -               |
|      | CeFAS         | 5                     | 1         | 6         | -                   | -          | -               |
|      | <b>Totale</b> | <b>63</b>             | <b>3</b>  | <b>66</b> | <b>-</b>            | <b>-</b>   | <b>-</b>        |

## La gestione corrente

| VOCI DI PROVENTO/ONERE                         | Anno 2012        | Anno 2013        | Differenze      |
|------------------------------------------------|------------------|------------------|-----------------|
| <b>GESTIONE CORRENTE</b>                       |                  |                  |                 |
| <b>A) Proventi correnti</b>                    |                  |                  |                 |
| 1) Diritto annuale                             | 6.148.726        | 6.208.130        | 59.404          |
| 2) Diritti di segreteria                       | 1.081.718        | 1.106.283        | 24.565          |
| 3) Contributi, trasferimenti e altre entrate   | 730.261          | 628.701          | -101.560        |
| 4) Proventi da gestione di beni e servizi      | 242.300          | 174.045          | -68.255         |
| 5) Variazione delle rimanenze                  | -4.724           | -5.222           | -497            |
| <b>Totale Proventi correnti (A)</b>            | <b>8.198.281</b> | <b>8.111.938</b> | <b>-86.343</b>  |
| <b>B) Oneri correnti</b>                       |                  |                  |                 |
| <b>6) Personale :</b>                          | <b>3.019.634</b> | <b>2.797.568</b> | <b>-222.066</b> |
| a) competenze al personale                     | 2.232.082        | 2.121.655        | -110.427        |
| b) oneri sociali                               | 548.749          | 523.829          | -24.920         |
| c) accantonamenti al TFR                       | 149.689          | 136.080          | -13.609         |
| d) altri costi                                 | 89.115           | 16.005           | -73.110         |
| <b>7) Funzionamento :</b>                      | <b>2.183.951</b> | <b>2.222.928</b> | <b>38.976</b>   |
| a) Prestazione servizi                         | 871.478          | 969.069          | 97.591          |
| b) Godimento di beni di terzi                  | 7.301            | 7.402            | 101             |
| c) Oneri diversi di gestione                   | 544.139          | 539.357          | -4.782          |
| d) Quote associative                           | 577.996          | 527.417          | -50.580         |
| e) Organi istituzionali                        | 183.037          | 179.684          | -3.353          |
| <b>8) Interventi economici</b>                 | <b>1.853.904</b> | <b>1.672.143</b> | <b>-181.761</b> |
| <b>9) Ammortamenti e accantonamenti :</b>      | <b>1.788.680</b> | <b>2.046.608</b> | <b>257.928</b>  |
| a) immobilizzazioni immateriali                | 368              | 485              | 117             |
| b) immobilizzazioni materiali                  | 242.364          | 218.023          | -24.341         |
| c) svalutazione crediti                        | 1.543.575        | 1.828.100        | 284.525         |
| d) fondo rischi ed oneri                       | 2.373            | 0                | -2.373          |
| <b>Totale oneri correnti (B)</b>               | <b>8.846.170</b> | <b>8.739.247</b> | <b>-106.923</b> |
| <b>RISULTATO DELLA GESTIONE CORRENTE (A-B)</b> | <b>-647.889</b>  | <b>-627.309</b>  | <b>20.579</b>   |

E' opportuno effettuare una riflessione sull'andamento delle principali voci di finanziamento e di spesa della Camera Commercio.

Dal lato dei proventi occorre quindi soffermarsi sulle voci diritto annuale e diritti di segreteria.

Relativamente al **diritto annuale** il dato che emerge dal confronto con il 2012 può così sintetizzarsi:

- ✓ un leggero incremento dei proventi per il solo diritto annuale : è di tutta evidenza che, essendo la misura del diritto annuale "congelata" agli importi fissati nel 2011 l'incremento potrebbe

discendere da una lievissima ripresa nel fatturato delle imprese fermo restando, comunque che, come già detto in precedenza, l'entità del credito viene calcolato sulla base della "stima" relativa alla media di fatturato disponibile conseguito nel biennio precedente e quindi con riferimento agli anni 2010 – 2011.

- ✓ Un incremento sostanziale dell'entità delle sanzioni : tale differenza evidenzia come il tasso di riscossione spontanea del diritto annuale si sia discretamente ridotto.
- ✓ Un consistente aumento degli interessi: tale differenza deriva, quasi esclusivamente dall'incremento del tasso di "morosità" delle imprese verificatosi negli ultimi anni. A questo deve aggiungersi anche una contrazione al ricorso dell'istituto del ravvedimento operoso nonostante la campagna posta in essere dall'Amministrazione nel corso del 2013. Tale indice mette in evidenza la difficoltà finanziaria delle imprese degli ultimi anni.
- ✓ La consistente riduzione degli interessi moratori calcolati da Equitalia nei confronti di quei soggetti che non hanno adempiuto al pagamento della cartella esattoriale nei tempi previsti.

Per quanto concerne la voce **"Diritti di Segreteria"** rispetto al dato del 2012 si registra un leggero incremento (+ 2,40) in controtendenza con la riduzione avvenuta nel 2012 conseguente alle nuove leggi sulla "semplificazione" introdotte dal Governo Monti che esonerano le imprese a trasmettere certificati alle pubbliche amministrazioni con l'obbligo, per queste ultime, di dialogare tra le stesse amministrazioni senza oneri a loro carico.

Relativamente alla voce **Contributi, Trasferimenti e Altre Entrate** dal confronto con il dato del 2012 il fattore a cui è maggiormente attribuibile la maggiore differenza è costituita dal fatto che dal 2013 l'Ente camerale ha beneficiato di un minore introito a titolo di contributo riconosciuto da Unioncamere Lazio per il finanziamento del "pacchetto anticrisi" posto in essere dall'Amministrazione per supportare il sistema "creditizio" attraverso un ampliamento del fondo rischi dei Confidi che, nel 2012, è stato pari ad €. 200.000,00 mentre per il 2013 solo ad €. 80.000,00.

2011 anno in cui il numero delle persone assunte con contratto a tempo determinato era notevolmente superiore (da 16 unità del 2011 si è passati a 10 unità nel corso del 2012 al netto delle unità impiegate per il censimento) per rispondere alle limitazioni legislative in vigore nell'anno 2012 in materia di rapporti di lavoro flessibile.

- ✓ A dicembre 2013 è cessato, con diritto alla conservazione del posto per tutta la durata del periodo di prova, un dipendente di categoria D risultato vincitore di una selezione di dirigente a tempo indeterminato in altra Camera di Commercio;
- ✓ in sede di previsione l'importo stanziato per il lavoro straordinario è stato determinato ai sensi di quanto previsto dall'art. 14 del CCN del 30.3.1999; di fatto il ricorso al lavoro straordinario è risultato inferiore a quanto stanziato. Occorre precisare che l'"economia" verificatasi rispetto alla previsione dovrà confluire nel "fondo produttività" dell'anno 2014;

- ✓ in sede di previsione agli oneri relativi al “Fondo produttività” del personale non dirigente, calcolati secondo quanto previsto dal vigente CCNL, è stata aggiunta, in via cautelativa, una somma di €. 3.000 per far fronte al pagamento di competenze al personale per attività svolte per servizi “a pagamento” (concorsi a premi); di fatto l'importo dovuto, calcolato sulla base dei servizi effettivamente svolti è stato inferiore a quanto ipotizzato in sede di previsione;

Sugli **oneri del personale** si evidenzia una importante differenza, rispetto al dato del 2012 anno in cui erano presenti anche i costi del personale assunto a tempo determinato. Nel 2013 la Camera, invece, ha proceduto alla sottoscrizione di contratti di somministrazione (inseriti all'interno della categoria delle spese di funzionamento) nel rispetto del limite massimo consentito pari al 50% della spesa sostenuta nel 2009.

La differenza, sempre rispetto al 2012, è costituita anche dalle assunzioni di personale inizialmente in posizione di comando avvenuto nel mese di febbraio e marzo 2012, avendo effettuato, nel corso del 2013, apposita procedura per l'assunzione del personale in posizione di comando.

L'ammontare complessivo delle risorse destinate agli **interventi economici** nell'anno 2013 è stato pari ad € 1.780.373,00. L'indice di utilizzo complessivo del budget dell'anno 2013 è pari all'93,92% facendo registrare un incremento, rispetto al dato del 2012 ( 87.77%).

## Il Sistema Camerale

Nel perseguimento delle finalità istituzionali e per la realizzazione di interventi a favore delle imprese e dell'economia provinciale la Camera di Commercio 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 ed organismi del sistema locale e si avvale dell'attività della propria Azienda Speciale Ce.f.a.s. .

| Principali società del sistema locale partecipate dalla Camera di Commercio di Viterbo |                                                                                                                                                                                                                                                    |                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Società                                                                                | Attività                                                                                                                                                                                                                                           | Quota di partecipazione |
| Società Autostrada Tirrenica                                                           | Promozione e progettazione, costruzione ed esercizio di autostrade in concessione                                                                                                                                                                  | 0,0038%                 |
| Centro Ceramica Civita Castellana                                                      | Promozione di programmi di ricerca finalizzati all'innovazione tecnologica, promozione dell'attività di vendita dei prodotti, consulenza tecnico-organizzativa promozione della formazione professionale, a favore delle imprese del polo ceramico | 5,01%                   |

## L'Azienda Speciale Ce.f.a.s

La Camera di Commercio si avvale della propria Azienda Speciale, organismo strumentale dotato di autonomia amministrativa, contabile e finanziaria, costituito nell'ambito delle politiche di perseguimento delle finalità istituzionali dell'Ente camerale.

L'Azienda, istituita nel 1981, persegue principalmente lo scopo di realizzare processi formativi di qualificazione e specializzazione rivolti a professionisti ed imprese per favorire processi di

innovazione e sviluppo dell'economia locale, anche in considerazione della crescente globalizzazione e internazionalizzazione dei mercati.

Oltre alla formazione l'Ente Camerale affida all'Azienda Speciale la gestione di alcune attività e progetti strategici per l'economia provinciale, quali:

- **Sportello Marchio Collettivo Tuscia Viterbese**; per la qualificazione delle produzioni e dei servizi locali attraverso la definizione di appositi disciplinari di prodotto/servizio e azioni promozionali;
- **Innovazione e Trasferimento Tecnologico**; per la formazione e l'assistenza alle imprese che investono in ricerca scientifica;
- **Marketing Territoriale**; con lo sviluppo, qualificazione e diffusione di strumenti di semplificazione amministrativa che possano costituire un'attrattiva degli investimenti sul territorio;
- **Formazione, aggiornamento e qualificazione delle risorse umane**;
- **Sostegno e promozione di impresa**;
- **Alternanza Scuola Lavoro** attraverso l'attuazione di un vasto programma di diffusione della "cultura di impresa" attraverso l'erogazione di servizi per l'orientamento all'imprenditorialità, la formazione professionale e l'incontro tra la domanda e l'offerta di formazione e lavoro;

Il Ce.f.a.s. gestisce tali attività in partnership con le Associazioni di Categoria, con altre istituzioni pubbliche e private, ed in particolare con le Università.

| Le Aziende Speciali: dati dimensionali |                             |                     |                      |
|----------------------------------------|-----------------------------|---------------------|----------------------|
| Nome                                   | Dipendenti al<br>31/12/2013 | Contributo Previsto | Contributo Effettivo |
| Ce.f.a.s.                              | 6                           | 220.000,00          | 220.000,00           |

### 2.3 I risultati raggiunti

Sono di seguito riportati i risultati complessivamente conseguiti dall'Ente nell'anno 2013. Compiendo un sforzo di sintesi, i dati e le informazioni sono evidenziati anche in modalità tabellare in modo che il lettore possa già a prima vista cogliere il livello di risultato raggiunto.

| OBIETTIVI STRATEGICI                                                | Valore Assoluto | Valore % |
|---------------------------------------------------------------------|-----------------|----------|
| Obiettivi Strategici con target raggiunto                           | 7               | 58,33%   |
| Obiettivi Strategici con target non raggiunto                       | 3               | 25%      |
| Obiettivi Strategici con target parzialmente raggiunto              | 1               | 8,33%    |
| Obiettivi Strategici non valutabili                                 | 1               | 8,33%    |
| Obiettivi Strategici Totali individuati nel Piano della Performance | 12              | 100%     |

| <b>OBIETTIVI OPERATIVI</b>                                         | <b>Valore Assoluto</b> | <b>Valore %</b> |
|--------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------|
| Obiettivi Operativi con target raggiunto                           | 53                     | 92,98%          |
| Obiettivi Operativi con target parzialmente raggiunto              | 2                      | 3,52%           |
| Obiettivi Operativi con target non raggiunto                       | 1                      | 1,75%           |
| Obiettivi Operativi con target non valutabile                      | 1                      | 1,75%           |
| Obiettivi Operativi Totali individuati nel Piano della Performance | 57                     | 100%            |

| <b>Dati di Bilancio Gestione corrente</b> | <b>Preventivo anno 2013 (aggiornato)</b> | <b>Consuntivo al 31/12/2013</b> | <b>Risorse disponibili rispetto a quelle preventivate (%)</b> |
|-------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| <b>Proventi Correnti</b>                  | 7.965.048                                | 8.111.938                       | (+) 1,84%                                                     |
| <b>Oneri Correnti</b>                     |                                          |                                 |                                                               |
| <b>Spese per il personale</b>             | (3.083.702)                              | (2.797.568)                     | (-) 9,28%                                                     |
| <b>Spese di funzionamento</b>             | (2.351.048)                              | (2.222.928)                     | (-) 5,45%                                                     |
| <b>Spese per interventi economici</b>     | (2.030.848)                              | (1.672.143)                     | (-) 17,66%                                                    |

## 2.4 Le criticità e le opportunità

### Gli Obiettivi strategici e gli Indicatori di Outcome

Il Piano della Performance anno 2013, riconducendosi al programma pluriennale approvato dal Consiglio Camerale nel 2009 ad inizio mandato, ricolloca all'interno delle "tradizionali" aree strategiche "Competitività delle Imprese", "Competitività dell'Ente" e "Competitività del Territorio", 4 priorità strategiche, ognuna delle quali si articola in una o più linee programmatiche rispetto alle quali sono individuati **gli obiettivi strategici e gli indicatori di outcome**, i cui target sono annualmente rideterminati in fase di aggiornamento del Piano triennale della Performance..

Gli indicatori di outcome vengono rilevati attraverso la messa a punto di strumenti finalizzati alla valutazione strategica, quali questionari e focus group con le imprese. Gli indicatori di questo tipo individuati dalla Camera di Commercio attengono principalmente alla misurazione degli effetti generati dalle iniziative di promozione e di valorizzazione del territorio e a supporto della

competitività nel sistema imprenditoriale locale in termini di aumento di visibilità, di fatturato, di contatti, di affari conclusi.

Di seguito si riporta dettaglio degli indicatori di outcome individuati per il quinquennio 2009-2014 nell'ambito delle priorità strategiche definite dall'Ente con la specifica, per ciascuno di essi, del relativo target.

| Indicatore di outcome                                                            | Target pluriennale atteso                             | (%) di raggiungimento del target pluriennale atteso all'anno 2013                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Incremento del flusso turistico nelle strutture ricettive della provincia</b> | <b>+20% rispetto al dato dell'anno 2009 (682.766)</b> | <b>+45,44%</b> - valore riferito all'anno 2012 in quanto i dati 2013 non sono ancora disponibili.<br><b>(Presenze turistiche registrate: n. 993061)</b> |
| <b>Incremento del valore impieghi creditizi</b>                                  | <b>+ 40% rispetto al dato dell'anno 2009 (4.282)</b>  | <b>+ 18% (5.055)</b>                                                                                                                                    |
| <b>Incremento numero imprese che effettuano formazione</b>                       | <b>+10% rispetto al dato anno 2009 (36,4%)</b>        | <b>-28,02%</b> ( valore riferito all'anno 2012 in quanto i dati 2013 non sono ancora disponibili)                                                       |
| <b>Incremento numero dipendenti che fruiscono della formazione</b>               | <b>+10% rispetto al dato anno 2009 (31,2%)</b>        | <b>-11,86%</b> ( valore riferito all'anno 2012 in quanto i dati 2013 non sono ancora disponibili)                                                       |

Per quanto concerne invece gli obiettivi strategici gli indicatori individuati sono così sintetizzati:

| Indicatore strategico                                                                                                             | Target pluriennale atteso                    | (%) di raggiungimento del target pluriennale atteso all'anno 2013 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| <b>Incremento del 20% dell'export relativamente alle imprese coinvolte nella vetrina del settore agroalimentare al 31/12/2009</b> | <b>+20% rispetto al dato dell'anno 2009</b>  | <b>+211%</b>                                                      |
| <b>Incremento medio del 20% del fatturato delle imprese aderenti al Marchio Collettivo Tuscia Viterbese</b>                       | <b>+ 20% rispetto al dato dell'anno 2009</b> | <b>+7,5%</b>                                                      |

Allegato alla delibera della Giunta Camerale n. 5.27 del 17.07.2014

|                                                                                                                 |                                      |                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Incremento del 20% delle nuove imprese internazionalizzate rispetto a quelle iscritte in vetrina al 31.12.2009. | +20% rispetto al dato anno 2009 (90) | 131% (totale imprese iscritte al 31.12.2013 118) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------------|

| Indicatore strategico                                                                          | Target pluriennale atteso | Target conseguito al 31/12/2013 | % di realizzazione | Criticità/Opportunità Ricontrate |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------|--------------------|----------------------------------|
| Riduzione spese di funzionamento voci: spese postali- spese di cancelleria e spese telefoniche | -10%                      | -36,14%                         | conseguito         |                                  |
| Incremento certificazioni DOP                                                                  |                           |                                 |                    |                                  |
| Olio Canino                                                                                    | +10%                      | +72%                            | conseguito         |                                  |
| Olio Tuscia                                                                                    | +10%                      | +31%                            | conseguito         |                                  |
| Nocciola                                                                                       | +10%                      | + 32.620 Kg (era 0)             | Non valutabile     |                                  |
| Castagna                                                                                       | +10%                      | 0                               | 0                  |                                  |

### Dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi

Rispetto ad ogni obiettivo strategico e linea programmatica, sono individuati singoli obiettivi operativi con i corrispondenti indicatori per l'anno 2013, inclusi quelli il cui raggiungimento rientra nelle attività affidate all'Azienda Speciale.

In sede di approvazione del budget direzionale la Giunta Camerale ha approvato i progetti e gli obiettivi operativi da realizzare nell'ambito dei programmi individuati con i corrispondenti budget.

L'Organismo Indipendente di Valutazione ha relazionato alla Giunta, nella seduta del 25 gennaio 2013, sulle attività e lo stato di conseguimento degli obiettivi che può essere così sintetizzato:

**OBIETTIVO STRATEGICO 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.**

**Linea Programmatica 1A:** Rafforzamento del metodo della concertazione condivisa.

| Obiettivo operativo                                                                                                                                                                                                                        | Indicatore                                               | Target atteso                                                     | Valore consuntivo                                                                                                                                                                   | Scostamento rispetto al target | Grado (%) raggiungimento obiettivo |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| <b>Funzioni Associate</b><br>Attuazione delle convenzioni inerenti lo svolgimento delle funzioni associate con altre Camere di Commercio, con il sistema regionale ed interregionale delle Camere di Commercio, e con il sistema nazionale | Riduzione dei costi di formazione del personale camerale | -20% rispetto al dato dell'anno 2012 (8.744,00) (target 6.995,20) | Alla fine dell'anno risultano prenotati € 4.650,00 sul conto di bilancio "Formazione del Personale" con una riduzione degli oneri di formazione rispetto all'anno 2012 pari al 53%. | 23%                            | 134%                               |

**OBIETTIVO STRATEGICO 2: Sostenere l'innovazione e il rilancio competitivo del territorio.**

**Linea Programmatica 2A: Innovazione e semplificazione.**

| Obiettivo operativo                                                                                                                                                                                   | Indicatore                                                                                                                                     | Target atteso | Valore consuntivo | Scostamento rispetto al target | Grado (%) raggiungimento obiettivo |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| <b>Promuovere il registro delle imprese come strumento di semplificazione rafforzando la qualità del servizio di call center e la collaborazione con associazioni, ordini e collegi professionali</b> | <b>Riduzione del 15% del numero di pratiche sospese rispetto all'anno 2012 (al netto dei bilanci di esercizio= 457) .</b>                      | 388           | 220               | 168                            | <b>343%</b>                        |
| <b>Call Center</b><br>Gestione del servizio di Call Center Registro delle imprese al fine di migliorare l'efficienza dei processi e la relazione con l'utenza.                                        | Realizzazione di indagini di customer satisfaction aventi ad oggetto il servizio di call center e messa a punto di eventuali azioni correttive | 2             | 2                 | 0                              | <b>100%</b>                        |

|                                                                                                                                                                                            |                                                                                                         |                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |     |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|------|
| <b>Semplificazione delle procedure interne, con particolare riferimento ai rapporti fra Albo Imprese Artigiane e Registro Imprese</b>                                                      | Realizzazione di una guida aggiornata degli adempimenti amministrativi all'albo delle imprese artigiane | 1                                                                                                  | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 0   | 100% |
|                                                                                                                                                                                            | Adozione di strumenti di semplificazione dei procedimenti amministrativi a beneficio delle imprese      | Adozione di strumenti di semplificazione dei procedimenti amministrativi a beneficio delle imprese | <p><b>Adozione di un atto dirigenziale con il quale è stata dismessa la ricezione delle pratiche cartacee dandone adeguata e preventiva comunicazione ai soggetti interessati.</b></p> <p>Il provvedimento in questione è stato adottato il 09/04/2013 ed è stato comunicato a Comuni, associazioni e ordini il 10/04/2013 con nota prot. 12558.</p> <p><b>L'interruzione della ricezione delle pratiche cartacee è stata fissata al 01/06/2013.</b></p> | 0   | 100% |
| <b>Sportello Unico Attività Produttive (PSUT):</b> Messa a punto di azioni dirette alla omogeneizzazione e semplificazione delle procedure degli Sportelli Unici Attività Produttive anche | realizzazione di seminari/incontri gruppi di lavoro                                                     | 6                                                                                                  | 8                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | + 2 | 133% |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                 |    |    |     |      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|-----|------|
| <p>attraverso la diffusione di modelli e strumenti informatici.<br/>Rafforzamento del ruolo del PSUT quale potenziale strumento di marketing territoriale per l'intera Tuscia Viterbese sotto tre differenti accezioni: promozione del territorio, finalizzazione delle politiche territoriali ed urbane, riorganizzazione delle procedure amministrative nella direzione di una maggiore attenzione ai <i>clienti</i> del prodotto <i>sistema locale</i>.</p> | <p>estensione di un'unica piattaforma informatica per la gestione telematica delle pratiche SUAP almeno al 20% dei comuni accreditati. (54 comuni accreditati 6 in delega.)</p> | 11 | 15 | + 4 | 136% |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|-----|------|

**Linea Programmatica 2B: Competitività e attrattività del territorio.**

| Obiettivo operativo                                                            | Indicatore                                                                         | Target atteso | Valore consuntivo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Scostamento rispetto al target | Grado (%) raggiungimento obiettivo |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| <b>Consolidamento del modello di sviluppo dell'offerta turistica integrata</b> | Incremento del 20% degli accessi al portale Welcome in Tuscia (Da 82.000 a 98.400) | 98.400        | Non valutabile per le seguenti motivazioni:<br>Nel 2013 gli accessi al sito tusciawelcome.it sono stati complessivamente 57.221, un numero inferiore anche al solo secondo semestre del 2012 in cui sono risultati globalmente 70.524.<br>Accessi, secondo la rilevazione fatta con il contatore ItaStat.<br>Le motivazioni di tale contrazione, nonostante le nuove azioni promozionali svolte attraverso inserzioni pubblicitarie, supporti informativi diffusi nel corso di eventi e social network, sono difficile da rintracciare. Alcune cause, non necessariamente determinanti, potrebbero essere legate al trasferimento del dominio da welcomeintuscia.it a tusciawelcome.it, alla non obbligatorietà della pubblicazione del widget sui siti delle strutture ricettive e agenzie di viaggio e T.O., a un dato sospetto di oltre 20mila accessi provenienti da una nota testata on line locale. Un dato | -                              | - non valutabile                   |

|                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                       |     |                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------|
|                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                        | quest'ultimo sospetto ha indotto l'Ente a riconsiderare i dati disponibili e il corretto funzionamento del contatore fino ad arrivare alla decisione di adottare da ottobre 2013 un nuovo contatore Google Analytics. |     |                |
|                                                                                                                                                                                      | Realizzazione di una indagine di customer satisfaction per valutare l'impatto dell'adesione al progetto.                                               | 1                                                                                                                                                      | 1                                                                                                                                                                                                                     | -   | 100%           |
| <b>Partecipazione a manifestazioni e workshop locali e regionali di promozione turistica</b><br><br>Partecipazione alle seguenti manifestazioni locali: BTSA; Buy Lazio; Visituscia. | Incremento del 10% del numero delle imprese complessivamente coinvolte nelle iniziative rispetto al dato dell'anno 2012. (da 187 a 206)                | 206                                                                                                                                                    | 174                                                                                                                                                                                                                   | -32 | Non conseguito |
|                                                                                                                                                                                      | Acquisizione da parte degli Enti organizzatori di una reportistica dettagliata sull'esito dell'iniziativa in termini di presenze, gradimento, contatti | Acquisizione da parte degli Enti organizzatori di una reportistica dettagliata sull'esito dell'iniziativa in termini di presenze, gradimento, contatti | Per ogni iniziative di promozione turistica sono state acquisite relazioni dettagliate sugli esiti delle stesse.                                                                                                      | -   | 100%           |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                |                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |   |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------|
| <b>Coordinamento della Promozione delle Feste del Vino, Castagna e Olio</b><br><br>Definizione e promozione di una campagna di comunicazione unitaria relativa alle feste; raccordo operativo e gestione dei rapporti con i comuni. Assunzione di ogni iniziativa ritenuta opportuna per accentuare la funzione di coordinamento e di promozione. | Indagine sul numero e provenienza delle presenze turistiche registrate durante gli eventi nei comuni ammessi al coordinamento. | Indagine sul numero e provenienza delle presenze turistiche registrate durante gli eventi nei comuni ammessi al coordinamento. | Dall'indagine svolta tra i Comuni partecipanti al Coordinamento delle Feste della Tuscia, si stima che complessivamente sono state oltre 200.000 i visitatori.<br>Di questi:<br>- il 49% dalla provincia di Viterbo;<br>- il 35% dal Lazio;<br>- il 14,5% dall'Italia;<br>- l'1,5% dall'estero                                                                                                                                                                                                                             | - | 100% |
| <b>Promozione reti di impresa</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Numero contratti di rete                                                                                                       | 2                                                                                                                              | Sono stati realizzati <b>3 studi di fattibilità</b> per 3 corrispondenti contratti di rete:<br>1) settore agricoltura, agriturismo. Rispetto a questo primo studio di fattibilità si è proceduto alla stesura di una prima bozza di contratto di rete.<br>2) settore tutela ed educazione ambientale;<br>3) compostaggio di prossimità. Rispetto a questo studio è in corso la stesura di una prima ipotesi di contratto.<br><br>Gli studi di fattibilità hanno determinato la definizione di 3 bozze di contratti di rete | - | 100% |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                        |                                                |                                                |     |      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------------------------------|-----|------|
| <b>CREDITO:</b><br>Prosecuzione delle azioni a supporto del sistema creditizio tramite i attraverso il rifinanziamento delle linee di intervento individuate nella convenzione approvata e sottoscritta nel 2012                                                                                                                                                                                         | Monitoraggio semestrale gestione fondi Confidi                                                                                                                                                         | Monitoraggio semestrale gestione fondi Confidi | Monitoraggio semestrale gestione fondi Confidi | -   | 100% |
| <b>Erogazione di contributi per la certificazione di qualità, responsabilità sociale, qualità ambientale, piano di controllo di fabbrica FPC</b>                                                                                                                                                                                                                                                         | Riduzione dei tempi medi del procedimento nell'ordine del 10% rispetto al dato dell'anno 2012 (45 giorni), al fine di ottimizzare i termini di pagamento a favore dei beneficiari.                     | 40                                             | 22                                             | -18 | 260% |
| <b>Innovazione e Trasferimento Tecnologico:</b><br>Agevolare il processo di comunicazione/diffusione delle tematiche afferenti l'innovazione anche attraverso l'attività a sportello e la risposta a specifici quesiti su probabili linee di finanza agevolata. Prosecuzione dell'attività informativa operata dallo sportello EEN.<br>Supporto e valorizzazione delle filiere del nocciolo e castagno e | Prosecuzione di attività informative e di primo orientamento sulle opportunità di accesso a forme di finanza agevolata assistendo a sportello <b>almeno 50</b> tra imprenditori e futuri imprenditori. | 50                                             | 75                                             | +25 | 150% |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Creazione di una sezione dedicata ed interattiva sul sito internet dell'Azienda Speciale.                                                                                                              | 1                                              | 1                                              | -   | 100% |

Allegato alla delibera della Giunta Camerale n. 5.27 del 17.07.2014

|                                                                    |                                                                                                                   |    |   |    |     |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|-----|
| prosecuzione della pubblicazione tecnico scientifica Corylus & Co. | Acquisizione e pubblicazione di almeno n. 10 articoli tecnico scientifici per la rivista semestrale Corylus & Co. | 10 | 8 | -2 | 80% |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|-----|

29



Camera di Commercio  
Viterbo



Allegato alla delibera della Giunta Camerale n. 5.27 del 17.07.2014

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                       |                                      |     |             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|-----|-------------|
| <b>Progetto Tuscia Sostenibile</b><br>Rafforzamento del ruolo della Camera di Commercio come soggetto in grado di assistere le imprese nello sviluppo di comportamenti sostenibili ed innovativi, facilitando l'aggregazione delle piccole imprese operanti in specifiche filiere produttive, su progetti di interesse comune.<br>Il raggiungimento di tali obiettivi generali si realizzerà attraverso il rafforzamento dello sportello "Tuscia Sostenibile" al fine di offrire ad imprese, cittadini e P.A. servizi di informazione, assistenza e consulenza specifica sui temi legati alla sostenibilità ambientale delle attività produttive e sulle opportunità e i vantaggi che offre la green economy, concorrendo alla diffusione dei temi della responsabilità sociale. | Coinvolgimento di <b>almeno 40 utenti</b> anche attraverso il proseguimento delle attività dello Sportello Green Economy                                                                                                                                                                                    | 40                                    | 52                                   | +12 | <b>130%</b> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Realizzazione e somministrazione ad un campione rappresentativo di <b>almeno il 50% delle imprese coinvolte</b> di questionari sul tema del fabbisogno energetico, sul livello tecnologico degli impianti utilizzati, sugli scarti di produzione e su altri elementi relativi alla sostenibilità ambientale | 20                                    | 52                                   | +32 | <b>260%</b> |
| <b>Marchio Collettivo Tuscia Viterbese:</b><br>Azioni atte a favorire la commercializzazione e distribuzione dei prodotti delle aziende licenziatarie anche attraverso specifiche iniziative di promozione. Raccordo con l'Azienda Speciale per il coordinamento delle attività di                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Realizzazione iniziative promozionali                                                                                                                                                                                                                                                                       | Realizzazione iniziative promozionali | Realizzate 5 iniziative promozionali | -   | <b>100%</b> |

Allegato alla delibera della Giunta Camerale n. 5.27 del 17.07.2014

|                                                                                                       |                                                                                   |    |    |    |             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|-------------|
| gestione del progetto di valorizzazione dei prodotti del Marchio Collettivo nella Dieta Mediterranea. |                                                                                   |    |    |    |             |
| <b>Marchio Collettivo Tuscia Viterbese</b><br>Valorizzazione dei prodotti certificati                 | Incremento del 10% delle imprese aderenti al marchio collettivo Tuscia Viterbese. | 19 | 21 | +2 | <b>110%</b> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                      |                                                              |                                                                                                                   |     |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|------|
| <p>con il Marchio Collettivo Tuscia Viterbese, anche attraverso il loro inserimento nella Dieta Mediterranea coinvolgendo in particolare gli esercizi di ristorazione e di vendita puntando nel contempo ad una promozione mirata sia nella provincia di Viterbo che sul mercato di Roma.</p> <p>Integrazione delle iniziative promozionali dei prodotti tipici con le attività connesse all'attrattività turistica.</p> <p>Attività di formazione nei confronti dei licenziatari finalizzati all'incremento qualitativo dei propri standard produttivi e di servizio, da integrare alla sensibilizzazione rivolta ad aziende del settore della ristorazione e dell'agriturismo relativamente all'impiego dei prodotti a marchio collettivo e delle ricette tradizionali locali.</p> <p>Adozione disciplinare dei prodotti biologici.</p> <p>Azioni tese a garantire il pieno rispetto dei disciplinari approvati e relativa fase di controllo.</p> | <p>Verificare almeno il 40% delle imprese licenziatricie più tutte quelle nuove.</p> | 55                                                           | 30                                                                                                                | -25 | 54%  |
| <b>Marchio Collettivo Tuscia viterbese: Premio giornalistico enogastronomia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Realizzazione di un premio giornalistico sull'enogastronomia                         | Realizzazione di un premio giornalistico sull'enogastronomia | Realizzato il concorso per il premio giornalistico cui hanno partecipato 19 testate.                              | -   | 100% |
| <b>Marchio Collettivo Tuscia viterbese: Rinnovo Marchio Collettivo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Rinnovo Marchio Collettivo                                                           | Rinnovo Marchio Collettivo                                   | Nel secondo trimestre dell'anno 2013 si è provveduto al rinnovo del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese Nazionale | -   | 100% |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                             |                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                           |   |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------|
| Rinnovo Marchio Collettivo Internazionale nei Paesi: Bulgaria, Svizzera, Cina, Federazione Russa, Giappone, Corea del Sud, U.S.A. .                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                             |                                                                                                                                                            | e Comunitario                                                                                                                                                                                                                                             |   |      |
| <b>Sostegno ad iniziative di Enti ed Organismi diversi per la valorizzazione del territorio:</b><br>Sostegno economico, anche in termini di compartecipazione diretta all'organizzazione – alle iniziative promosse da soggetti terzi finalizzate alla valorizzazione del territorio utilizzando, in tutti i casi sia ritenuto opportuno, il Marchio Collettivo Tuscia Viterbese quale strumento di marketing territoriale per la promozione in modo coordinato e strategico del territorio, appunto, e dei prodotti. | Richieste di contributo pervenute e attività di organizzazione diretta di alcune fasi in caso di attivazione di forme di compartecipazione. | Gestione delle richieste di contributo pervenute e attività di organizzazione diretta di alcune fasi in caso di attivazione di forme di compartecipazione. | Gestite le richieste di contributo a favore di manifestazioni di valorizzazione del territorio e delle tipicità locali nei seguenti ambiti: turismo integrato e animazione territoriale, agroalimentare e rurale, imprenditorialità e attività produttive | - | 100% |
| <b>Quote Associative a strutture di promozione locale e nazionale</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Gestione e liquidazione delle quote associative a strutture di promozione locale e nazionale                                                | Gestione e liquidazione delle quote associative a strutture di promozione locale e nazionale                                                               | Liquidate le quote associative a strutture di promozione locale e nazionale                                                                                                                                                                               | - | 100% |

**Linea Programmatica 2C: Qualità del lavoro nelle imprese.**

| Obiettivo operativo                                                                                                                                                                                                                              | Indicatore                                                                                                                                                                          | Target atteso | Valore consuntivo | Scostamento rispetto al target | Grado (%) raggiungimento obiettivo |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| <b>Orientamento</b><br><b>Alternanza Scuola Lavoro:</b> Accompagnare il passaggio dei giovani al lavoro (dipendente e indipendente), dando impulso a iniziative volte a diminuire il divario tra sistemi formativi e lavoro, puntando a ridurre, | Realizzazione di almeno 6 incontri di orientamento, divulgazione e formazione per target omogenei di studenti su professioni tecnico scientifiche, in collaborazione con le scuole; | 6             | 7                 | +1                             | 116%                               |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                          |                                  |           |          |             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-----------|----------|-------------|
| <p>in prospettiva, l'attuale "mismatching" e a favorire l'occupabilità dei giovani, anche promuovendo una nuova imprenditorialità; Rafforzare e/o costruire reti territoriali di partenariato forti e aperti a tutti gli attori locali, destinati a favorire la sperimentazione, il trasferimento e la diffusione dei servizi formativi e orientativi; Contribuire alla diffusione del nuovo canale dell'Istruzione Tecnica Superiore anche attraverso la proposta di nuovi specifici percorsi, curricula e profili formativi, da inserire nell'offerta formativa degli ITS, partecipando alla governance delle fondazioni ITS; Sperimentare modelli e percorsi in alternanza, incentrati sui tirocini formativi e di orientamento al lavoro con particolare riguardo per le professioni tecnico-scientifiche e quelle specializzate nei processi d'internazionalizzazione.</p> | <p>Favorire la collaborazione tra mondo del lavoro e mondo scolastico anche attraverso la realizzazione del job day.</p> | <p>Realizzazione del Job Day</p> | <p>45</p> | <p>-</p> | <p>100%</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-----------|----------|-------------|

Allegato alla delibera della Giunta Camerale n. 5.27 del 17.07.2014

|                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                               |    |    |     |             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|-----|-------------|
| <b>Sostegno e Promozione di Impresa</b><br>Azioni concrete di supporto per la creazione e lo sviluppo delle nuove e giovani imprese e per la crescita e consolidamento di quelle | consolidamento delle attività di supporto a favore delle imprese già assistite con affiancamento di almeno <b>35</b> aziende; | 35 | 52 | +17 | <b>148%</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|-----|-------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |  |  |  |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| <p>“mature”.</p> <p>Il processo si svilupperà, in continuità rispetto a quanto già attuato negli anni precedenti, attraverso la gestione di uno sportello di prima informazione e orientamento a cui affiancare una più specifica attività di assistenza e tutoraggio personalizzate (incontri one to one) e di incontri seminariali su tematiche strettamente connesse alla creazione e gestione d’impresa, con sessioni dedicate in particolare allo sviluppo delle competenze commerciali e all’accesso a innovative formule di credito. Nel corso dell’annualità, parte delle aziende tutorate da più di 2 anni, entreranno nella fase di monitoraggio tesa a mantenere i rapporti con la struttura consulenziale al fine di valutare le dinamiche dell’attività imprenditoriale</p> |  |  |  |  |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|

|                                                               |                                                                                                                                                                                     |    |    |    |      |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|------|
| suggerendo alla stessa, se necessario, gli idonei correttivi. | erogazione di attività di affiancamento ed assistenza ad almeno 15 aziende non partecipanti alla precedente annualità del progetto (2012) ivi comprese aziende in fase di start up; | 15 | 18 | +3 | 120% |
|                                                               | erogazione complessiva di 60 giornate di tutoraggio.                                                                                                                                | 60 | 60 | -  | 100% |

|                                                                                                                                          |                                                                                                            |                                          |                                            |    |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------------|----|------|
|                                                                                                                                          |                                                                                                            |                                          |                                            |    |      |
| <b>Imprenditoria Femminile</b><br>Prosecuzione delle iniziative di formazione a favore delle donne imprenditrici avviate nell'anno 2012. | Gestione e Monitoraggio pagina facebook;                                                                   | Gestione e Monitoraggio pagina facebook; | Numero accessi alla pagina facebook: 8.216 | -  | 100% |
|                                                                                                                                          | Realizzazione di almeno 2 incontri di approfondimento tematiche di interesse dell'imprenditoria femminile; | 2                                        | 3                                          | +1 | 150% |

|  |                                                |   |   |    |      |
|--|------------------------------------------------|---|---|----|------|
|  | Realizzazione di almeno 2 corsi di formazione. | 2 | 4 | +2 | 200% |
|--|------------------------------------------------|---|---|----|------|

**OBIETTIVO STRATEGICO 3: Rafforzare il posizionamento delle imprese della Tuscia sui mercati nazionali ed internazionali in raccordo con la tutela del Made in Italy.**

**Linea Programmatica 3A:** Tutela e promozione delle imprese della Tuscia nel mondo.

| Obiettivo operativo                                                                                                                                                                                                                                               | Indicatore                                            | Target atteso | Valore consuntivo | Scostamento rispetto al target | Grado (%) raggiungimento obiettivo |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------|-------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| <b>Internazionalizzazione:<br/>Raccordo e promozione dei rapporti con Bruxelles</b><br>Prosecuzione delle azioni di raccordo dei rapporti con Bruxelles al fine di promuovere azioni finalizzate a sfruttare opportunità per lo sviluppo delle imprese viterbesi. | Presentazione di almeno 2 progetti all'Unione Europea | 2             | 2                 | -                              | 100%                               |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                  |                                |                                |     |      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-----|------|
| <b>Internazionalizzazione:<br/>Sportello specializzato Imprese<br/>Esportatrici ed iniziative di<br/>sistema.</b><br>Rafforzamento del ruolo dell'Ente<br>Camerale, quale sportello<br>specializzato per le imprese<br>esportatrici e le imprese<br>potenzialmente interessate ad operare<br>sui mercati internazionali.<br>Realizzazione di azioni di promozione<br>internazionale anche in raccordo con<br>le iniziative del sistema camerale: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Salone SIRHA (in<br/>collaborazione con<br/>Unioncamere Lazio)</b></li> <li>• <b>Incoming Food</b></li> <li>• <b>Incoming Olio</b></li> <li>• <b>Incoming Vino</b></li> <li>• <b>Incoming Turismo</b></li> <li>• <b>Fiera Anuga</b></li> <li>• <b>Fiera TTG</b></li> <li>• <b>SUMMER FANCY FOOD<br/>(in collaborazione con<br/>Unioncamere Lazio)</b></li> <li>• <b>BIG FIVE SHOW(in<br/>collaborazione con<br/>Unioncamere Lazio)</b></li> <li>• <b>LAZIO DELICATESSEN<br/>(in collaborazione con<br/>Sviluppo Lazio)</b></li> <li>• <b>Promozione Azerbaijan e/o<br/>Ucraina</b></li> </ul> Revisione della vetrina delle imprese | Coinvolgimento di almeno<br>20 imprese matricole, di<br>cui almeno il 20%<br>partecipanti alle iniziative<br>promozionali;                       | 20                             | 35                             | +15 | 175% |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                  | 4                              | 27                             | +24 | 675% |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Indagine conoscitiva sulla<br>variazione del valore<br>dell'export intercorsa tra il<br>2009 ed il 2012 nel settore<br>agroalimentare in vetrina | Realizzazione<br>dell'indagine | Realizzazione<br>dell'indagine | -   | 100% |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                          |                                                          |                                                                                                                                       |   |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------|
| <p>dedicata alla internazionalizzazione al fine di implementare il data base delle imprese esportatrici e potenzialmente esportatrici.</p> <p>Progettazione e organizzazione di percorsi formativi e di sensibilizzazione verso le imprese matricole e per un primo orientamento all'export.</p> <p>Gestione di un servizio di assistenza qualificato alle imprese esportatrici.</p> |                                                          |                                                          |                                                                                                                                       |   |      |
| <p><b>Internazionalizzazione:<br/>Richiesta On line certificati<br/>d'origine con consegna diretta<br/>in azienda</b><br/>Attivazione in vi</p>                                                                                                                                                                                                                                      | <p>Monitoraggio numero richieste e tempi di evasione</p> | <p>Monitoraggio numero richieste e tempi di evasione</p> | <p>Complessivamente sono stati richiesti 23 certificati di origine con questa modalità con tempi medi di evasione pari a 2 giorni</p> | - | 100% |

|                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |   |      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------|
| a sperimentale per le imprese del distretto industriale di Civita Castellana, di un servizio di richiesta on line dei certificati d'origine con consegna diretta in azienda      |                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                           | lavorativi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |   |      |
| <b>Promozione dell'agroalimentare:</b><br>Gestione e supporto delle certificazioni agroalimentari di qualità anche attraverso la gestione di iniziative locali di valorizzazione | Realizzazione dei controlli sulle certificazioni agroalimentari di qualità in conformità a quanto previsto dai Piani di controllo                         | Realizzazione dei controlli sulle certificazioni agroalimentari di qualità in conformità a quanto previsto dai Piani di controllo                         | <b>Verifiche ispettive:</b><br><br>DOP TUSCIA: 46<br>DOPO CANINO: 80<br>DOP CASTAGNA: 11<br>DOP NOCCIOLA: 25<br>I.G.P. PATATA: 39                                                                                                                                                                                                                     | - | 100% |
| <b>Promozione dell'agroalimentare: Valorizzazione dei prodotti tipici tramite la gestione diretta o indiretta di iniziative locali e nazionali</b>                               | Gestione delle richieste di contributo pervenute e attività di organizzazione diretta di alcune fasi in caso di attivazione di forme di compartecipazione | Gestione delle richieste di contributo pervenute e attività di organizzazione diretta di alcune fasi in caso di attivazione di forme di compartecipazione | Gestiti ed erogati i contributi destinati alla valorizzazione dei prodotti tipici formaggio ed asparago. Destinata inoltre una somma di € 4.000,00 al tavolo della castagna cui partecipano le associazioni di categoria degli agricoltori, ARSIAL, Regione Lazio, Università e Camera di Commercio, per affrontare il problema della castanicoltura. | - | 100% |

|                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                         |                                                          |                                                                        |   |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|---|------|
| <b>Manifestazioni Fieristiche Nazionali:</b><br>Gestione della presenza delle imprese a manifestazioni fieristiche nazionali: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vinitaly di Verona</li> <li>- Moa Casa</li> <li>- Arti &amp; Mestieri</li> </ul> | Realizzazione assistenza e raccordo tra imprese e buyer | Realizzazione, assistenza e raccordo tra imprese e buyer | Gestita la partecipazione alle manifestazioni fieristiche programmate. | - | 100% |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|---|------|

**Linea Programmatica 3B:** Iniziative per la regolazione del mercato.

| Obiettivo operativo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Indicatore                                                                                            | Target atteso | Valore consuntivo | Scostamento rispetto al target | Grado (%) raggiungimento obiettivo |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| <b>Conciliazione Arbitrato e tutela della proprietà industriale.</b><br>Promozione della conciliazione quale strumento di risoluzione alternativa delle controversie. Rafforzamento delle azioni di supporto rivolte in modo particolare alle imprese innovative, in materia di tutela della proprietà industriale, attraverso la riqualificazione dei servizi informativi, la diffusione della cultura della tutela della proprietà industriale, e servizi di consulenza specialistica. | Realizzazione di una guida al deposito di marchi e brevetti per la promozione della tutela della P.I. | 1             | 1                 | -                              | 100%                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | N. imprenditori/professionisti formati: 20                                                            | 20            | 45                | +25                            | 225%                               |

|  |                                                                             |     |     |     |      |
|--|-----------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|------|
|  | Incremento del<br>20% numero<br>contatti delle<br>imprese allo<br>sportello | 480 | 500 | +20 | 104% |
|--|-----------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|------|

**Linea Programmatica 3C:** Valorizzazione e diffusione dell'informazione economica.

| Obiettivo operativo                                                                                                                                 | Indicatore                                                                                         | Target atteso                                                                                      | Valore consuntivo                                                                                  | Scostamento<br>rispetto al<br>target | Grado (%)<br>raggiungimento<br>obiettivo |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------------|
| <b>Analisi Economiche e Osservatorio</b><br>Rafforzamento delle analisi economiche e dell'Osservatorio in sinergia con le Associazioni di Categoria | Realizzazione Polos                                                                                | Realizzazione Polos                                                                                | Realizzazione Polos                                                                                | -                                    | 100%                                     |
|                                                                                                                                                     | Realizzazione di una sezione dedicata sul sito camerale alle pubblicazioni ed indagini statistiche | Realizzazione di una sezione dedicata sul sito camerale alle pubblicazioni ed indagini statistiche | Realizzazione di una sezione dedicata sul sito camerale alle pubblicazioni ed indagini statistiche | -                                    | 100%                                     |

**OBIETTIVO STRATEGICO 4: Promuovere l'efficienza e la semplificazione dei processi.**

**Linea Programmatica 4A: Politiche di e-government**

| Obiettivo operativo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Indicatore                                                 | Target atteso                                              | Valore consuntivo                                                                                                                | Scostamento rispetto al target | Grado (%) raggiungimento obiettivo |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| <b>Implementazione dei servizi camerali on line</b><br>Rafforzamento del sito istituzionale della Camera di Commercio quale strumento privilegiato di comunicazione e di interazione con l'utenza. A tal fine si favorisce l'accessibilità on line ai servizi camerali, anche attraverso l'utilizzazione della Posta Elettronica Certificata e la firma digitale, la pubblicazione di guide esaustive ed aggiornate agli adempimenti amministrativi, l'invio automatico di infonews ad utenti registrati. | Aggiornamento della modulistica in formato PDF compilabile | Aggiornamento della modulistica in formato PDF compilabile | Aggiornata e pubblicata la modulistica in formato PDF compilabile                                                                | -                              | 100%                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Implementazione dei servizi on line...                     | Implementazione dei servizi on line...                     | Implementati i servizi on line:<br>Deposito on line marchi e brevetti;<br>Certificati d'origine on line,<br>Registroimprese.it   | -                              | 100%                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Aggiornamento delle guide agli adempimenti amministrativi  | Aggiornamento delle guide agli adempimenti amministrativi  | Aggiornamentote le guide agli adempimenti amministrativi:<br>Marchi e Brevetti, Albo Imprese Artigine per attività regolamentate | -                              | 100%                               |

**Linea Programmatica 4B: Automazione dei servizi**

| Obiettivo operativo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Indicatore                                                                                                                                             | Target atteso | Valore consuntivo | Scostamento rispetto al target | Grado (%) raggiungimento obiettivo |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| <b>Gestione automatizzata dei flussi documentali</b><br>Cura degli adempimenti connessi all'attuazione delle disposizioni del Codice dell'Amministrazione Digitale con riferimento al documento informatico e relativa fascicolazione.<br>Promozione di strumenti di efficientamento nella gestione dei flussi documentali quali la raccomandata on line, l'uso della PEC quale strumento privilegiato di comunicazione con gli utenti pubblici e privati, la posta e la modulistica in formato elettronico per ogni tipo di comunicazione interna e di servizio. | Riduzione numero spedizioni posta prioritaria e raccomandate nell'ordine percentuale medio del 50% rispetto al dato dell'anno 2012 ( <b>8624&lt;</b> ) | 8624          | 11000             | 3624                           | <b>69,57%</b>                      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Riduzione spese di consumo per carta nell'ordine del 10% rispetto al dato dell'anno 2012(€ 4.979,59)                                                   | 4481,63       | 3363,7            | 1117,93                        | <b>324%</b>                        |

**Linea Programmatica 4D: Semplificazione ed innovazione dei processi interni**

| <b>Obiettivo operativo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Indicatore</b>                                 | <b>Target atteso</b>                              | <b>Valore consuntivo</b>                                                                                 | <b>Scostamento rispetto al target</b> | <b>Grado (%) raggiungimento obiettivo</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------|
| <b>Scarto e riordino d'archivio</b><br>Realizzazione scarto d'archivio al fine di razionalizzare i flussi documentali presenti all'interno dell'Ente e rimuovere i rischi da mancato adempimento norme sulla sicurezza nei luoghi di lavoro. Riordino dell'archivio fisico al fine di renderlo più funzionale alla consultazione. | Scarto d'archivio                                 | Scarto d'archivio                                 | Nel mese di novembre si è conclusa l'attività prevista per la definizione del materiale da scartare.     | -                                     | 100%                                      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Avvio riordino spazi d'archivio                   | Avvio riordino spazi d'archivio                   | E' stata quindi avviata l'attività per lo scarto e si è in attesa di ricevere la relativa autorizzazione | -                                     | 100%                                      |
| <b>Promozione di politiche attive di risparmio energetico dell'Ente, in raccordo con il sistema camerale, sulla base di quanto previsto dal Patto dei Presidenti promosso da Unioncamere</b>                                                                                                                                      | Predisposizione del piano di risparmio energetico | Predisposizione del piano di risparmio energetico | Predisposto il piano di risparmio energetico                                                             | -                                     | 100%                                      |

| Obiettivo operativo                                                                                                                                                         | Indicatore                                                                                                                                                                                                          | Target atteso                                                                                                                                                                                                       | Valore consuntivo                                                                                                                                                                               | Scostamento rispetto al target | Grado (%) raggiungimento obiettivo |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| <b>Comunicazione:</b><br>Gestione unitaria della comunicazione istituzionale e correlata ai progetti di promozione economica attraverso specifiche campagne pubblicitarie . | Uso coordinato ed unitario del materiale divulgativo e dei siti web. Mantenimento della presenza dell'Ente sulla stampa quotidiana/specialistica di maggiore interesse per le attività e gli obiettivi della CCIAA. | Uso coordinato ed unitario del materiale divulgativo e dei siti web. Mantenimento della presenza dell'Ente sulla stampa quotidiana/specialistica di maggiore interesse per le attività e gli obiettivi della CCIAA. | Coordinamento del materiale divulgativo e dei siti web. Garantita la presenza dell'Ente sulla stampa quotidiana/specialistica di maggiore interesse per le attività e gli obiettivi della CCIAA | -                              | 100%                               |

| <b>INDICE REALIZZAZIONE ECONOMICA PROGETTI C.C.I.A.A.</b> |                                                                                                                                                                                                 |                                                                     |                                                                     |                |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|----------------|
| <b>CODICE PROGETTO</b>                                    | <b>PROGETTO</b>                                                                                                                                                                                 | <b>BUDGET DI PROGETTO</b>                                           | <b>BUDGET PRENOTATO</b>                                             | <b>% SPESA</b> |
| 1A1a                                                      | Funzioni associate                                                                                                                                                                              | L'iniziativa non comporta oneri a valere sugli interventi economici | L'iniziativa non comporta oneri a valere sugli interventi economici | -              |
| 2A2-1                                                     | Promuovere il registro delle imprese come strumento di semplificazione rafforzando la qualità del servizio di call center e la collaborazione con associazioni, ordini e collegi professionali. | € 25.486                                                            | € 25.310,13                                                         | 99,3           |
| 2A2-2                                                     | Call Center                                                                                                                                                                                     | € 48.000,00                                                         | € 48.000,00                                                         | 100            |
| 2A3                                                       | Semplificazione delle procedure interne, con particolare riferimento ai rapporti fra Albo Imprese Artigiane e Registro Imprese                                                                  | L'iniziativa non comporta oneri a valere sugli interventi economici | L'iniziativa non comporta oneri a valere sugli interventi economici | -              |
| 2B1a                                                      | Consolidamento del modello di sviluppo dell'offerta turistica integrata                                                                                                                         | € 51.757,35                                                         | € 51.757,35                                                         | 100            |
| 2B1b                                                      | Partecipazione a manifestazioni e workshop locali e regionali di promozione turistica                                                                                                           | € 63.487,00                                                         | € 63.486,50                                                         | 99,99          |
| 2B1c                                                      | Coordinamento della Promozione delle feste del vino, Castagna e Olio                                                                                                                            | € 60.000,00                                                         | € 60.000,00                                                         | 100            |
| 2B2a                                                      | Promozione reti di impresa                                                                                                                                                                      | € 33.000,00                                                         | € 32.999,82                                                         | 99,99          |
| 2B3a                                                      | Credito                                                                                                                                                                                         | € 350.000,00                                                        | € 350.000,00                                                        | 100            |

Allegato alla delibera della Giunta Camerale n. 5.27 del 17.07.2014

|        |                                                                                                                                           |              |              |       |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|-------|
| 2B4b   | Erogazione di contributi per la certificazione di qualità, responsabilità sociale, qualità ambientale, piano di controllo di fabbrica FPC | € 196.340,00 | € 196.340,00 | 100   |
| 2B5a-1 | Marchio Collettivo Tuscia viterbese: Organizzazione di eventi monotematici                                                                | € 65.640,00  | € 65.639,72  | 99,99 |
| 2B5a-3 | Marchio Collettivo Tuscia viterbese: Premio giornalistico enogastronomia                                                                  | 0            | 0            | -     |
| 2B5a-4 | Marchio Collettivo Tuscia viterbese: Rinnovo Marchio Collettivo                                                                           | € 7.062,00   | € 7.061,17   | 99,99 |
| 2B6a-1 | Sostegno ad iniziative di Enti ed organismi per la valorizzazione del territorio                                                          | € 85.000,00  | € 72.618,00  | 85,43 |
| 2B6a-2 | Quote associative a strutture di promozione locale e nazionale                                                                            | € 34.000,00  | € 32.088,00  | 94,38 |
| 2C3a   | Imprenditoria femminile                                                                                                                   | € 9.020,28   | € 9.020,28   | 100   |
| 3A1a   | Internazionalizzazione: Raccordo e promozione dei rapporti con Bruxelles                                                                  | € 27.000,00  | € 26.596,42  | 98,5  |
| 3A1b-1 | Internazionalizzazione: Sportello specializzato Imprese Esportatrici ed iniziative di sistema.                                            | € 81.033,00  | € 77.088,17  | 95,13 |
| 3A1b-2 | Internazionalizzazione: Richiesta On line certificati d'origine con consegna diretta in azienda                                           | € 7.000,00   | € 7.000,00   | 100   |
| 3A2a   | Promozione                                                                                                                                | € 12.952,00  | € 12.952,00  | 100   |

|       |                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                            |       |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|       | dell'agroalimentare:<br>Certificazioni agroalimentari di qualità                                                                                           |                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                            |       |
| 3A2-b | Promozione<br>dell'agroalimentare:<br>Valorizzazione dei prodotti<br>tipici tramite la gestione diretta<br>o indiretta di iniziative locali e<br>nazionali | € 15.000,00                                                                                                                                                     | € 15.000,00                                                                                                                                                | 100   |
| 3A3a  | Manifestazioni fieristiche<br>nazionali                                                                                                                    | € 88.108,00                                                                                                                                                     | € 81.852,50                                                                                                                                                | 92,9  |
| 3B1a  | Conciliazione Arbitrato e tutela<br>della proprietà industriale                                                                                            | € 17.100,00                                                                                                                                                     | € 14.689,07                                                                                                                                                | 85,90 |
| 3C1a  | Osservatorio Economico<br>Provinciale                                                                                                                      | € 42.500,00                                                                                                                                                     | € 39.435,40                                                                                                                                                | 92,79 |
| 4A1a  | Implementazione dei servizi<br>camerali on line                                                                                                            | € 207,50                                                                                                                                                        | 0                                                                                                                                                          | 0     |
| 4B1a  | Gestione automatizzata dei<br>flussi documentali                                                                                                           | Gli oneri<br>progettuali non<br>gravano sul<br>conto inerente gli<br>interventi<br>economici ma sul<br>conto inerente gli<br>oneri di<br>informatizzazione<br>e | Gli oneri<br>progettuali non<br>gravano sul conto<br>inerente gli<br>interventi<br>economici ma sul<br>conto inerente gli<br>oneri di<br>informatizzazione | -     |
| 4D1a  | Scarto e riordino d'archivio                                                                                                                               | € 8.000,00                                                                                                                                                      | € 8.000,00                                                                                                                                                 | 100   |

Allegato alla delibera della Giunta Camerale n. 5.27 del 17.07.2014

|      |                                                                                                                                                                                       |             |             |       |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------|
| 4D2a | Promozione di politiche attive di risparmio energetico dell'Ente, in raccordo con il sistema camerale, sulla base di quanto previsto dal Patto dei Presidenti promosso da Unioncamere | € 7.000     | € 7.000     | 100   |
| S1-1 | Comunicazione                                                                                                                                                                         | € 48.352,05 | € 45.775,35 | 94,67 |

| INDICE REALIZZAZIONE ECONOMICA PROGETTI CE.F.A.S. |                                                    |                    |                  |         |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------|--------------------|------------------|---------|
| CODICE PROGETTO                                   | PROGETTO                                           | BUDGET DI PROGETTO | BUDGET PRENOTATO | % SPESA |
| 2A1-a                                             | Sportello Unico Attività Produttive                | 65.000,00          | 65.000,00        | 100     |
| 2B4a1                                             | Innovazione e trasferimento tecnologico            | 60.000,00          | 60.000,00        | 100     |
| 2B4a2                                             | Progetto Tuscia Sostenibile                        | 65.000,00          | 65.000,00        | 100     |
| 2B5a2                                             | Marchio Collettivo Tuscia Viterbese                | 91.000,00          | 91.000,00        | 100     |
| 2C1a                                              | Orientamento Alternanza Scuola Lavoro e Formazione | 20.000,00          | 20.000,00        | 100     |
| 2C2a                                              | Sostegno e Promozione di Impresa                   | 75.000,00          | 75.000,00        | 100     |

### 3 OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI

In questo paragrafo si descrivono, in modo più dettagliato ed analitico rispetto a quanto esposto nelle precedenti sezioni, i risultati raggiunti utilizzando *l'albero della performance* quale modalità rappresentativa della correlazione fra obiettivi strategici, obiettivi operativi, azioni intraprese le risorse messe in campo per raggiungerli, evidenziando se i target sono stati raggiunti e se le risorse previste sono state utilizzate.

Al fine di agevolare la lettura e comprensibilità di quanto esposto si procede alla rappresentazione grafica sintetica e d'insieme della performance conseguita dalla Camera di Commercio ricorrendo alla simbologia sotto indicata per evidenziare gli obiettivi con target pienamente raggiunti, parzialmente raggiunti o falliti:



**Obiettivo raggiunto**



**Obiettivo parzialmente raggiunto**



**Obiettivo non raggiunto**

#### 3.1 Albero della performance

**Mission: Accompagnare le imprese nella crescita economica**

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

Sostenere l'Innovazione e il rilancio competitivo del territorio

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

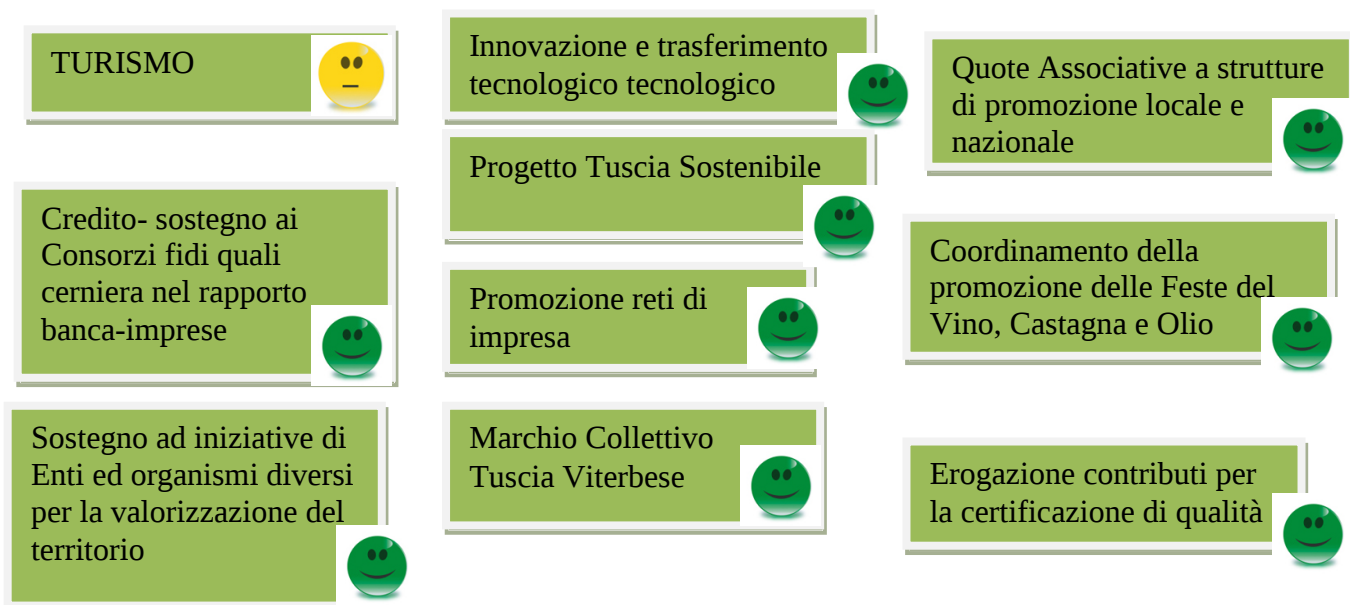
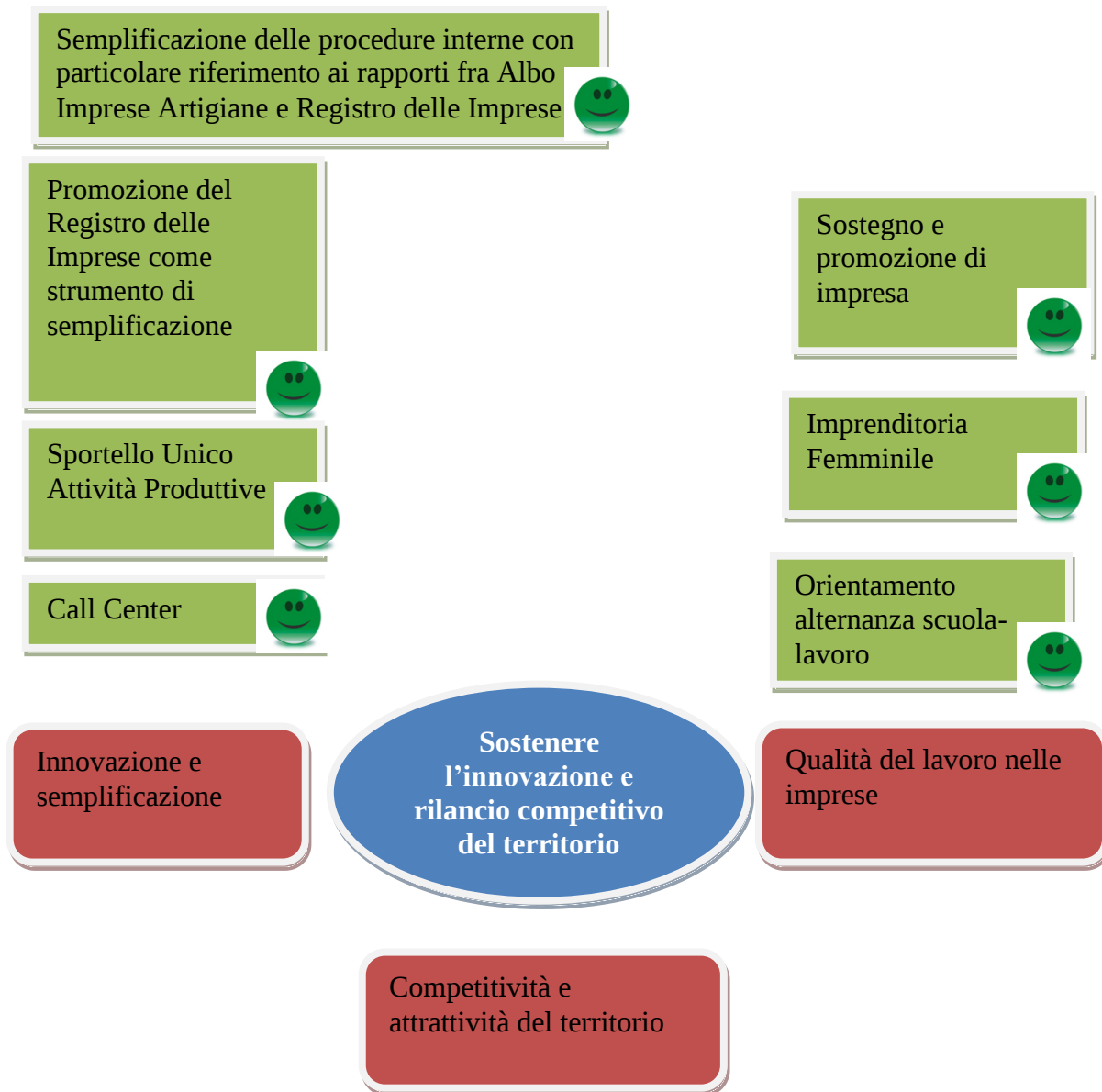
Promuovere l'efficienza e la semplificazione dei processi interni

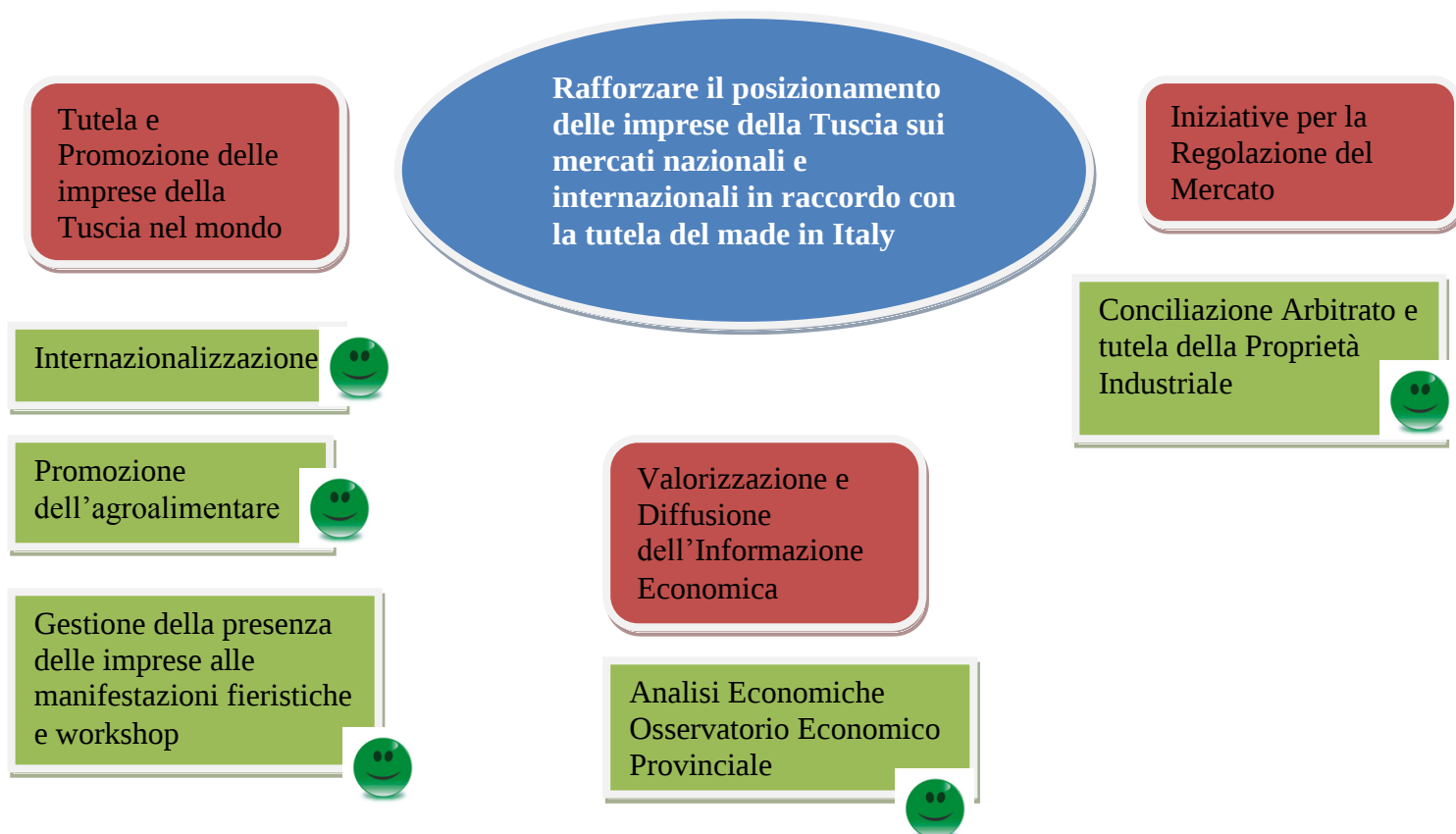
Consolidare il posizionamento dell'Ente camerale nell'ottica di un rafforzamento del sistema a rete nei rapporti con le altre istituzioni, amministrazioni e organizzazioni attive sul territorio della provincia

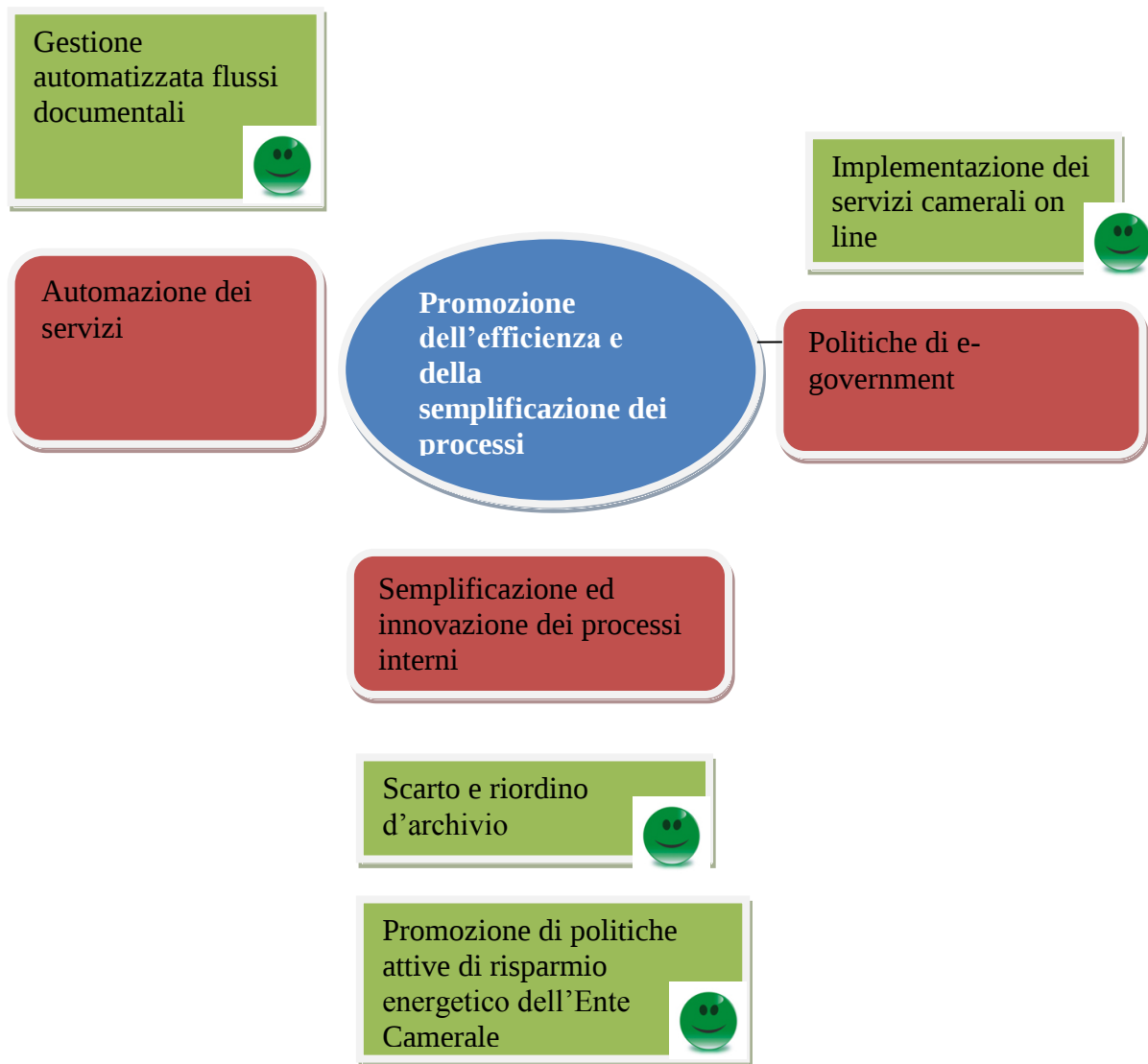
Rafforzamento del metodo della concertazione condivisa

Funzioni Associate









### 3.2 Obiettivi Individuali

Si evidenzia di seguito il grado di raggiungimento degli obiettivi individuali del personale dirigente e non.

Al fine di meglio rappresentare gli obiettivi individuali raggiunti differenziandoli tra personale dirigente, posizioni organizzative e altro personale si utilizzano delle tabelle riepilogative da cui emergono in modo più evidente i risultati.

Per una corretta lettura dei dati di seguito esposti si sottolinea che l'Ente ha adottato un "sistema permanente di valutazione" per cui su ogni dipendente non dirigente viene espresso un giudizio complessivo in cui si evidenziano le seguenti aree di valutazione:

#### **a. Comportamento Organizzativo**

La valutazione del comportamento organizzativo si basa sui seguenti fattori che costituiscono altrettante dimensioni di svolgimento della prestazione professionale:

Per la Categorie A, B, C:

1. Qualità e accuratezza del lavoro;
2. Adattabilità e flessibilità;
3. Iniziativa;
4. Disponibilità ai rapporti interpersonali;
5. Lavoro e spirito di gruppo;
6. Orientamento al cliente/utente

Per la categoria D:

1. Visione strategica e pensiero prospettico;
2. Problem solving e gestione del cambiamento;
3. Creatività e miglioramento continuo;
4. Capacità di decisione e di gestione del gruppo;
5. Pianificazione, Programmazione del lavoro e gestione del tempo;
6. Flessibilità e adeguatezza nella gestione del ruolo.

#### **b. Grado di raggiungimento degli obiettivi individuali**

La metodologia per la valutazione degli obiettivi individuali prevede che annualmente ogni dirigente affidi a ciascun collaboratore un certo numero di obiettivi da raggiungere per migliorare la prestazione individuale e ottenere risultati eccellenti che vadano oltre le normali attese della prestazione del lavoratore dipendente.

Gli obiettivi vengono assegnati all'inizio dell'anno attraverso uno specifico colloquio individuale identificando cosa si vuole raggiungere e come.

L'Ente ha adottato uno specifico regolamento per la valutazione della Dirigenza che si adegua comunque ai principi del sistema di valutazione del personale non dirigente.

In base ai criteri generali su cui si basa il sistema di valutazione delle prestazioni, la valutazione individuale finale è quindi composta da due componenti:

- La valutazione del "cosa" cioè delle prestazioni svolte;
- La valutazione del "come" si è lavorato, cioè gli atteggiamenti ed i comportamenti organizzativi richiesti in modo specifico per l'anno oggetto di valutazione.

In particolare, la valutazione media del personale si può riassumere nella seguente tabella distinguendo tra P.O e altro personale non dirigente.:

|                                 | Valore massimo attribuibile | Valore medio |
|---------------------------------|-----------------------------|--------------|
| Valutazione media delle P.O.    | 70                          | 70           |
| Valutazione media del personale | 4                           | 2,92         |

#### OBIETTIVI INDIVIDUALI ASSEGNATI AI DIRIGENTI

|                                                           | Valore Assoluto | Valore % |
|-----------------------------------------------------------|-----------------|----------|
| Obiettivi dei dirigenti con target raggiunto              | 14              | 100%     |
| Obiettivi dei dirigenti con target parzialmente raggiunto |                 |          |
| Obiettivi dei dirigenti con target non raggiunto          |                 |          |
| Obiettivi totali assegnati ai dirigenti                   | 14              | 100%     |

#### OBIETTIVI INDIVIDUALI ASSEGNATI ALLE P.O.

|                                                        | Valore Assoluto | Valore % |
|--------------------------------------------------------|-----------------|----------|
| Obiettivi delle P.O. con target raggiunto              | 25              | 100%     |
| Obiettivi delle P.O. con target parzialmente raggiunto |                 |          |
| Obiettivi delle P.O. con target non raggiunto          |                 |          |
| Obiettivi totali assegnati alle P.O.                   | 25              | 100%     |

#### OBIETTIVI INDIVIDUALI ASSEGNATI AL PERSONALE

|                                                           | Valore Assoluto | Valore % |
|-----------------------------------------------------------|-----------------|----------|
| Obiettivi del personale con target raggiunto              | 94              | 88%      |
| Obiettivi del personale con target parzialmente raggiunto | 13              | 12%      |
| Obiettivi del personale con target non raggiunto          | 0               |          |
| Obiettivi totali assegnati al personale                   | 107             | 100%     |

**OBIETTIVI INDIVIDUALI ASSEGNATI ALL'AREA ORGANIZZATIVA A –  
ANAGRAFICO CERTIFICATIVA**

|                                                                       | <b>Valore Assoluto</b> | <b>Valore %</b> |
|-----------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------|
| <b>Obiettivi assegnati all'Area con target raggiunto</b>              | <b>28</b>              | <b>93%</b>      |
| <b>Obiettivi assegnati all'Area con target parzialmente raggiunto</b> | <b>2</b>               | <b>7%</b>       |
| <b>Obiettivi assegnati all'Area con target non raggiunto</b>          |                        |                 |
| <b>Obiettivi totali assegnati assegnati all'Area</b>                  | <b>30</b>              | <b>100%</b>     |

**OBIETTIVI INDIVIDUALI ASSEGNATI ALL'AREA ORGANIZZATIVA C  
AMMINISTRATIVO CONTABILE E STUDI E REGOLAZIONE DEL MERCATO**

|                                                                       | <b>Valore Assoluto</b> | <b>Valore %</b> |
|-----------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------|
| <b>Obiettivi assegnati all'Area con target raggiunto</b>              | <b>47</b>              | <b>100%</b>     |
| <b>Obiettivi assegnati all'Area con target parzialmente raggiunto</b> |                        |                 |
| <b>Obiettivi assegnati all'Area con target non raggiunto</b>          | <b>-</b>               | <b>-</b>        |
| <b>Obiettivi totali assegnati assegnati all'Area</b>                  | <b>47</b>              | <b>100%</b>     |

**OBIETTIVI INDIVIDUALI ASSEGNATI AGLI UFFICI DI STAFF**

|                                                                       | <b>Valore Assoluto</b> | <b>Valore %</b> |
|-----------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------|
| <b>Obiettivi assegnati all'Area con target raggiunto</b>              | <b>19</b>              | <b>63%</b>      |
| <b>Obiettivi assegnati all'Area con target parzialmente raggiunto</b> | <b>11</b>              | <b>37%</b>      |
| <b>Obiettivi assegnati all'Area con target non raggiunto</b>          |                        |                 |
| <b>Obiettivi totali assegnati assegnati all'Area</b>                  | <b>30</b>              | <b>100%</b>     |

#### 4 RISORSE EFFICIENZA ED ECONOMICITÀ

Si evidenziano alcuni indici che meglio illustrano l'attività gestionale dell'anno 2013:

##### INDICATORI ECONOMICO PATRIMONIALI

| Indicatore                                                                       | unità di misura | 2013   | 2012   | differenza | Algoritmo di calcolo                                                                                                                                                               | Fonte                | Cosa misura                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------|--------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Equilibrio economico della gestione corrente                                     | percentuale     | 107,73 | 107,90 | -0,17      | Oneri correnti/proventi correnti                                                                                                                                                   | conto economico 2013 | incidenza degli oneri correnti rispetto ai proventi correnti                                                                       |
| Incidenza dei costi strutturali                                                  | percentuale     | 87,12  | 85,29  | 1,83       | Oneri correnti - interventi economici/proventi correnti                                                                                                                            | conto economico 2013 | incidenza dei costi di struttura rispetto ai proventi correnti                                                                     |
| Interventi economici per impresa attiva                                          | percentuale     | 49,69  | 50,79  | -1,10      | interventi economi/n imprese attive al 31.12                                                                                                                                       | conto economico 2013 | il valore medio degli interventi economici per impresa attiva                                                                      |
| equilibrio economico finanziario                                                 | rapporto        | 0,67   | 0,64   | 0,03       | Costi di struttura (al netto di imposte e tasse,quote associative, conferimenti allo Stato)/Proventi correnti (al netto fondo svalutazione crediti e contributi fondo perequativo) | conto economico 2013 | l'incidenza dei costi di struttura derivanti dalle attività proprie dell'Ente rispetto ai proventi generati direttamente dall'Ente |
| Incidenza delle spese di funzionamento rispetto al totale dei costi di struttura | percentuale     | 31,45  | 31,23  | 0,22       | conto spese di funzionamento/totale oneri correnti al netto degli interventi economici                                                                                             | conto economico      | incidenza del costo delle spese di funzionamento rispetto al totale dei costi di struttura                                         |
| riscossione spontanea diritto annuale                                            | percentuale     | 71,74  | 74,32  | -2,57      | riscossione spontanea diritto annuale/diritto annuale                                                                                                                              | conto economico      | grado di riscossione spontanea del diritto annuale                                                                                 |

## 5 PARI OPPORTUNITÀ E BILANCIO DI GENERE

La Camera di Commercio di Viterbo, a seguito della legge 183/2010, ha istituito il Comitato Unico di Garanzia per le pari opportunità, la valorizzazione del benessere di chi lavora e contro le discriminazioni (CUG) che unifica le competenze ed assume tutte le funzioni del Comitato per le pari opportunità e del Comitato paritetico sul fenomeno del mobbing.

Il Comitato si compone di 6 membri, 3 di parte sindacale e 3 di parte aziendale. I componenti appartengono nella misura del 50% ai 2 generi ed il presidente è una donna.

Il Comitato si riunisce regolarmente 2 volte l'anno.

### 5.1 Personale suddiviso per genere

#### Composizione personale (di ruolo) per categoria giuridica:

| Categoria        | Uomini     | Donne      |
|------------------|------------|------------|
| <b>Dirigente</b> | <b>2</b>   | <b>0</b>   |
| <b>cat. D3</b>   | <b>0</b>   | <b>5</b>   |
| <b>cat. D1</b>   | <b>3</b>   | <b>11</b>  |
| <b>cat. C</b>    | <b>20</b>  | <b>16</b>  |
| <b>cat. . B3</b> | <b>1</b>   | <b>0</b>   |
| <b>cat. B1</b>   | <b>0</b>   | <b>0</b>   |
| <b>cat. A</b>    | <b>1</b>   | <b>1</b>   |
| <b>TOTALE</b>    | <b>27</b>  | <b>33</b>  |
| <b>VALORE %</b>  | <b>45%</b> | <b>55%</b> |

#### Composizione personale titolare di posizione organizzativa o alta professionalità:

|                 | Uomini     | Donne      |
|-----------------|------------|------------|
| <b>totale</b>   | <b>1</b>   | <b>7</b>   |
| <b>VALORE %</b> | <b>13%</b> | <b>87%</b> |

#### Composizione personale per fasce di età:

| Categoria             | Uomini    | Donne     |
|-----------------------|-----------|-----------|
| <b>fino a 30 anni</b> | <b>0</b>  | <b>0</b>  |
| <b>30-34 anni</b>     | <b>1</b>  | <b>1</b>  |
| <b>35-39 anni</b>     | <b>6</b>  | <b>4</b>  |
| <b>40-44 anni</b>     | <b>5</b>  | <b>6</b>  |
| <b>45-49 anni</b>     | <b>1</b>  | <b>9</b>  |
| <b>50-54 anni</b>     | <b>5</b>  | <b>6</b>  |
| <b>55-59 anni</b>     | <b>4</b>  | <b>5</b>  |
| <b>60-64 anni</b>     | <b>4</b>  | <b>2</b>  |
| <b>65 e oltre</b>     | <b>1</b>  | <b>0</b>  |
| <b>TOTALE</b>         | <b>27</b> | <b>33</b> |

## **6 IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE**

### **6.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità**

#### **I FASE – Maggio 2014**

**Analisi della normativa e delle linee guida ANAC (ex CiVIT)** ed individuazione del format per la redazione della Relazione sulla *performance*.

#### **Soggetto Responsabile**

Staff Affari Generali Programmazione e Controllo (Dott.ssa Daniela Camera)

#### **II FASE – Maggio - Giugno 2014**

#### **Raccolta ed elaborazione dei dati**

#### **a. Soggetti responsabili dell'invio dei dati per la valutazione del grado di raggiungimento degli obiettivi strategici/operativi/individuali:**

1. Area Amministrativo Contabile Studi e Regolazione del Mercato (Dott.ssa Ghitarrari Federica – Dirigente);
2. Staff Internazionalizzazione e Marketing (Dott. Francesco Monzillo – Segretario Generale);
3. Staff Ufficio Stampa (Dott. Francesco Monzillo Segretario Generale);
4. Staff Controllo di Gestione (Dott. Francesco Monzillo Segretario Generale)
5. Ce.f.a.s. – Azienda Speciale della Camera di Commercio (Dott. Stefano Gasbarra – Vice Direttore);

#### **b. Soggetti responsabili della raccolta dei dati e della loro elaborazione:**

6. Staff Affari Generali Programmazione e Controllo (Dott.ssa Daniela Camera Responsabile dello Staff)

#### **III FASE – Giugno 2014**

#### **Stesura e redazione della Relazione sulla *performance***

**Soggetto responsabile della redazione:** Staff Affari Generali Programmazione e Controllo (Dott.ssa Daniela Camera – Responsabile dello Staff)

**Soggetto responsabile dell'approvazione e dell'invio alla Giunta Camerale:** Segretario Generale – Dott. Francesco Monzillo

#### **IV FASE – 17.07.2014**

#### **Approvazione della Relazione sulla *performance***

**Soggetto responsabile dell'approvazione:** Giunta Camerale

**Delibera n. 5.27 del 17.07.2014**

## DOCUMENTI ADOTTATI

| DOCUMENTO                                                 | Data di approvazione                                                                                              | Data ultimo aggiornamento                                 |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Sistema di misurazione e valutazione della performance    | Determinazione del Segretario Generale n. 161 del 10.04.2013                                                      | 10.04.2013                                                |
| Piano della performance                                   | 25.01.2012 (Delibera di Giunta n. 1.1)                                                                            | 25/01/2013 (Delibera di Giunta n. 1.3)                    |
| Programma triennale per la trasparenza e l'integrità      | 20/02/2012 (Delibera di Giunta n. 2.16)                                                                           | 31/01/2014 (Delibera di Giunta n. 1.6)                    |
| Piano triennale di prevenzione della corruzione 2014-2016 | 29/03/2013 (Determinazione presidenziale d'urgenza n. 1 ratificata con delibera di Giunta n. 4.15 del 19.04.2013) | 31/01/2014 (Delibera di Giunta n. 1.7)                    |
| Regolamento sull'ordinamento degli Uffici e dei Servizi   | 6 giugno 2008 (Delibera Giunta Camerale n. 6.33)                                                                  | 28/02/2012 (Determinazione del Segretario Generale n. 70) |

## 6.2 Punti di forza e di debolezza del Ciclo della Performance

### 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;

- La verifica trimestrale dello stato di avanzamento dei programmi operativi con contestuale monitoraggio del livello di utilizzazione del budget di progetto a cura dello Staff di Controllo di Gestione;

- Al termine del primo semestre, in coincidenza con l'aggiornamento del bilancio di previsione, si procede alla sintesi dello stato di avanzamento dei programmi al fine di monitorare il livello di raggiungimento degli obiettivi, rilevare le eventuali criticità o opportunità riscontrate e valutare la necessità/opportunità di azioni correttive sui programmi e/o sui target: Tali valutazioni si intersecano con quelle di carattere economico finanziario e saranno considerate in sede di aggiornamento del bilancio di previsione.

### **Azioni per il miglioramento del Ciclo di gestione della performance**

Al fine di migliorare l'attuale Ciclo di gestione della performance si ritiene di operare principalmente in due direzioni:

- Predisposizione, con il supporto dell'Organismo Indipendente di valutazione e dell'unità addetta allo Staff di Programmazione e Controllo, di specifici indicatori e/o attività propedeutici alla valutazione strategica nell'ottica di rafforzare il dialogo con gli stakeholders e la raccolta di feedback integrando con tali indicatori quelli operativi già definiti nelle schede di programmazione;

- Definire e consolidare specifici indicatori economico-finanziari e di struttura ai fini del benchmarking.

### **Miglioramento del processo di pianificazione**

Tenuto conto che l'Ente camerale ha avviato il processo di pianificazione da oltre 7 anni in ottemperanza al disposto del DPR n. 254/2005 non si rilevano particolari iniziative di miglioramento da apportare ad eccezione di quanto già evidenziato al punto precedente che incide positivamente sulla pianificazione.

Viterbo li, 17.07.2014

**Il Segretario Generale**  
Dott. Francesco MONZILLO

