

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA VITERBO

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

PIANO DEGLI INDICATORI E DEI RISULTATI ATTESI DI BILANCIO

Il presente Piano costituisce un allegato al Bilancio di previsione 2016 conformemente a quanto previsto dal D.M. 27/3/2013 “Criteri e modalità di predisposizione del budget economico delle Amministrazioni pubbliche in contabilità civilistica” ed è redatto sulla base delle linee guida generali definite con il D.P.C.M. del 18/9/2012 da raccordare con il Piano della performance, da approntare ai sensi dell'art. 10 del D.Lgs.vo 27/10/2009 n. 150 e da approvare entro il 31 gennaio di ogni esercizio.

I principali elementi del piano sono:

- a) I programmi di spesa,
- b) Gli obiettivi prefissati;
- c) I portatori di interesse;
- d) I centri di responsabilità al quale è attribuita la realizzazione di ciascun obiettivo;
- e) Un numero di indicatori che consenta di misurare ciascun obiettivo;
- f) Valore target degli indicatori;
- g) Risorse finanziarie da utilizzare per la realizzazione di ciascun obiettivo;
- h) Fonte dei dati;
- i) Unità di misura.

Nella stesura della Relazione Pluriennale e della Relazione Previsionale e Programmatica approvate dal Consiglio camerale con atto n. 102/228 del 20/11/2015 sono stati definiti gli indicatori strategici pluriennali ed i programmi da attuare per l'anno 2016 corredati dei relativi target di risultato. Tali programmi ed indicatori vengono dettagliati nel presente Piano procedendo nel contempo ad operare un raccordo tra le missioni previste dal MSE in attuazione al DPCM 27/3/2013 ed i programmi delineati nella Relazione Previsionale e Programmatica. Tali indicatori di output vengono integrati con altri indicatori di realizzazione fisica (volume dei prodotti e dei servizi erogati), indicatori di realizzazione finanziaria ed indicatori di output come (impatto del programma di spesa) che sono già contenuti nella Relazione pluriennale.

Il Contesto Socio Economico

Il contesto socio economico è stato ampiamente trattato in sede di relazione Previsionale e programmatica per l'anno 2016 a cui si rinvia.

In sintesi:

La ricchezza prodotta

Nel 2014 la fase di crescita dell'economia internazionale ha continuato ad essere relativamente modesta. L'attività economica infatti, ha accelerato nettamente negli Stati Uniti e in Gran Bretagna, mentre è apparsa instabile quella delle altre principali economie mondiali. Nell'area dell'euro, si evidenzia come il ritmo di crescita nel 2014, sia risultato ancora lieve e disomogeneo. Il prodotto interno lordo dell'area euro è cresciuto dello 0,9% rispetto al 2013, grazie soprattutto

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA VITERBO

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

all'accelerazione registrata nella seconda parte dell'anno, generata, in gran parte, dalla solida, ancorché moderata, espansione dei consumi privati e delle esportazioni nette. All'interno dell'eurozona gli andamenti sono stati ancora differenziati: si è registrata una crescita significativa da parte dell'economia tedesca (+1,6%); la Spagna, dopo anni di gravi difficoltà, ha mostrato segnali robusti di ripresa (+1,4%); la Francia ha incrementato moderatamente il proprio prodotto (+0,4%). L'Italia non è ancora riuscita ad invertire la tendenza in atto nell'ultimo triennio ed ha chiuso il 2014 con una flessione, seppur debole, del Prodotto interno lordo nazionale (-0,4%). Il calo sperimentato dall'economia italiana nel 2014 è scaturito dalla diminuzione del valore aggiunto nei principali comparti produttivi ad eccezione dei servizi. Dal lato della domanda, il contributo negativo della componente nazionale è stato compensato dall'apporto positivo, fornito anche in questo periodo, dalla componente estera netta. A fronte di un 2014 ancora complesso, appare importante sottolineare come i principali dati relativi all'economia mondiale hanno mostrato, ad inizio 2015, segnali incoraggianti.

Nel corso del 2014 la provincia di Viterbo ha registrato ancora una dinamica negativa risentendo dell'andamento recessivo dell'economia italiana.

Si evidenzia tuttavia una tenuta del sistema economico locale per la minore sensibilità rispetto a quanto mediamente avviene nelle altre aree del Paese al ciclo dell'economia nazionale

Il valore aggiunto, che rappresenta la capacità del sistema locale di produrre ricchezza, presenta per la provincia di Viterbo una dinamica positiva in termini correnti (+0,5%), differenziandosi rispetto alla dinamica regionale (-0,2%) ed allineandosi al contesto nazionale (+0,2%). Nonostante la tendenza in crescita del valore aggiunto 2014, si evidenzia una dinamica complessivamente negativa osservando i dati relativi al periodo 2011-2013, durante il quale Viterbo segna, sempre in termini correnti, una flessione del 3,4%.

Il comparto che registra il ridimensionamento più marcato è quello delle costruzioni (-19,3%), il manifatturiero (-1,2%). I due settori insieme portano l'intera industria a segnare un calo del 7,7%. Negativi anche il terziario (-2,3%) e l'agricoltura (-5,5%).

Il contributo dei diversi settori alla ricchezza prodotta nel territorio è molto diverso. Spicca il 78% del terziario, mentre l'industria in senso stretto contribuisce per il 10,8%, le costruzioni per il 4,9% e l'agricoltura per il 6,5%.

E' evidente il peso del settore agricolo sia rispetto al valore nazionale sostanzialmente triplicato e al valore regionale pari all'1%, a significare la presenza di importanti produzioni e coltivazioni di qualità che rappresentano l'indotto dell'industria alimentare.

Il sistema imprenditoriale

La provincia di Viterbo presenta un tessuto imprenditoriale molto frammentato, dovuto alla spiccata vocazione imprenditoriale, ed una carenza di medie e grandi imprese.

Nel complesso, le imprese registrate nel viterbese ammontano a 37.564 unità, delle quali 33.274, pari all'88,6%, risultano attive. Il settore più rappresentativo è quello dell'agricoltura, dove si concentrano oltre 11 mila imprese attive, grazie alle numerose coltivazioni e produzioni di qualità che offre il territorio, seguito dal commercio 7.616, dalle costruzioni 4.805 e con scarti più ampi dal manifatturiero (quasi 2 mila imprese attive).

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA VITERBO

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

Nel terziario spicca la ricettività turistica (1,9 mila imprese), seguita con oltre 700 imprese dalle agenzie di viaggio, le imprese di noleggio e i servizi a supporto delle imprese (attività immobiliari, professionali e scientifiche, trasporto e magazzinaggio, finanziarie ed assicurative).

Accanto al valore assoluto, relativo a fine dicembre 2014, è possibile osservare i dati relativi alle nuove iscrizioni e cessazioni; nel complesso, salvo rare eccezioni, tutti i settori economici registrano un numero di cessazioni superiore a quello delle iscrizioni, un fenomeno che caratterizza anche larga parte del territorio regionale e nazionale e che mette in mostra un processo di ridimensionamento del tessuto imprenditoriale locale e una trasversalità territoriale e settoriale degli effetti della crisi economica.

Nel complesso, osservando la variazione del numero di aziende attive si evidenzia il ridimensionamento per l'agricoltura (-1,1%), del manifatturiero (-2,3%), delle costruzioni (-1,8%), dei servizi di alloggio e ristorazione (-0,6%).

Risultano in crescita gli altri settori, in particolare il settore noleggio ed agenzie di viaggio segna + 5,0%.

Gli ultimi dati inerenti il movimento anagrafico delle imprese nella Provincia di Viterbo relativi al 3° trimestre 2015 evidenziano una ripresa della vitalità con un saldo al terzo trimestre 2015 positivo di 99 unità ed un tasso di crescita pari allo 0,3%. Un dato confortante, leggermente inferiore a quello regionale (0,5%) e in linea con quello nazionale (0,3%). Da un'analisi più approfondita si può cogliere la crescita del settore agricolo, il cui stock di imprese registrate è aumentato dello 0,4% mantenendo la consistenza di settore più rappresentativo con oltre il 30% sul totale.

Anche il commercio cresce dello 0,4% ed il settore manifatturiero dello 0,2%, mentre sono ancora in difficoltà le costruzioni che pur mantenendo un peso rilevante sul sistema economico locale con il 12,6% del totale delle imprese, continua a risentire della crisi e subisce una flessione del numero delle imprese con -0,3%.

Nel corso degli ultimi anni si è registrato un graduale e costante mutamento del sistema produttivo nazionale, con le imprese sempre più orientate a costituirsi trasformarsi in società con una forma giuridica più strutturata, come le società di capitali rispetto alle più semplici ditte individuali o società di persone. Tale processo, ha interessato sia l'intero territorio nazionale, che la provincia di Viterbo. Le società di capitali che nel 2009 rappresentavano l'8,8% del totale delle imprese attive nel 2014 rappresentano l'11,3%. Tendenza invertita per le società di persone e le ditte individuali che dal 2009 al 2014 vedono scendere la loro composizione percentuale.

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 (55,7%) e nazionale (61,4%); tale caratterizzazione è legata, in larga misura, alla forte vocazione agricola, settore che tende ad utilizzare quasi esclusivamente questa forma giuridica.

Il mercato del lavoro

Esiste un legame imprescindibile tra variabili demografiche e sviluppo economico di un territorio per gli effetti in termini di domanda di beni e servizi e di capacità produttiva.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA VITERBO

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

La provincia di Viterbo, composta da poco più di 320 mila abitanti, è caratterizzata da un processo di invecchiamento demografico, che assume particolare rilevanza soprattutto in ragione delle sue conseguenze sociali ed economiche

Tale processo appare evidente osservando gli indicatori di struttura demografica; la popolazione con 0-14 anni rappresenta appena il 12,5% (a fronte del 13,8% regionale) mentre quella con 65 e oltre il 22,4% (contro il 20,5% del Lazio).

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 (-3,6% nel solo 2013) che sta portando ad un graduale ridimensionamento della popolazione di cittadinanza italiana. In forte crescita risulta la popolazione straniera, con un tasso migratorio netto del 24,2%, ed una popolazione che rappresenta il 9,21% di quella complessiva.

Differenze più contenute ma sempre elevate si registrano per il tasso di disoccupazione pari al 13,9% per la componente maschile e al 17,9% per quella femminile. 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.

All'interno del mercato del lavoro è possibile osservare i dati e le dinamiche relative alla componente femminile e a quella giovanile, ossia due categorie professionali che nel corso degli anni sono risultate in Italia penalizzate rispetto agli uomini adulti. Le differenze appaiono evidenti se si considera che a Viterbo, l'occupazione maschile (65,5%) supera di quasi 17 punti percentuali quella femminile (48,7%), 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.

Il mercato del lavoro locale in questi ultimi anni ha risentito degli effetti della crisi economica facendo registrare, a partire dal 2011 fino al 2013, un graduale ridimensionamento, con il numero di occupati sceso di 2 mila unità, passando da 114,2 mila a 112,6 mila. Nel 2014, in controtendenza, si è assistito, rispetto all'anno 2013 ad un incremento di 8000 unità facendo

registrare una variazione positiva del 7,3% a fronte di una variazione media regionale del +3,4% ed una variazione Italia dello 0,4%. Prosegue di pari passo la difficoltà del sistema produttivo di assorbire forza lavoro; la disoccupazione continua a crescere, salendo da 13,6 mila unità nel 2010 a 22,4 mila nel 2014, con un incremento che, rispetto all'anno 2013 è superiore a quello registrato nelle altre province del Lazio ad eccezione della provincia di Frosinone (+54% per l'intera regione). I dati previsionali per l'anno corrente forniti dal Sistema informativo Excelsior, realizzato da Unioncamere e Ministero del Lavoro, vedono stimate oltre 910.000 entrate programmate dalle imprese dell'industria e dei servizi con almeno un dipendente, 119.000 in più rispetto all'anno precedente.

Una parte importante si prevede venga assorbita nel settore manifatturiero, in particolare nei settori più innovativi e proiettati sui mercati esteri, dalla meccanica all'alimentare, dal chimico-farmaceutico alla plastica. Le figure professionali ricercate dalle imprese del Made in Italy sono soprattutto quelle a maggiore qualificazione da impiegare nella progettazione, innovazione digitale, ideazione di nuove strategie commerciali, ma anche operai specializzati richiesti soprattutto dall'industria alimentare e meccanica.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA VITERBO

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

In provincia di Viterbo i dati aggiornati al secondo trimestre rilevano una previsione occupazionale di 800 unità, pari circa all'86% di tutte le opportunità di lavoro previste nella provincia. Nel 28% dei casi si tratterà di assunzioni stabili, ovvero con un contratto a tempo indeterminato o di apprendistato, si concentreranno per l'84% nel settore dei servizi e per il 79% nelle imprese con meno di 50 dipendenti. Il 9% sarà destinato a dirigenti, specialisti e tecnici ovvero profili high skill, quota inferiore alla media nazionale (14%). Il 10% delle imprese prevedono di avere difficoltà a trovare i profili desiderati. Il 26% dell'offerta occupazionale sarà coperta da giovani con meno di 30 anni.

Il settore di attività in cui si prevedono maggiori assunzioni è quello del turismo e ristorazione, seguito dai servizi alle imprese e dal commercio.

Il commercio estero

L'export rappresenta una componente molto importante per la crescita dell'economia territoriale; soprattutto in un periodo di crisi come quello attuale, caratterizzato dalla contrazione della domanda interna, volgere lo sguardo all'estero risulta fondamentale per le imprese per rimanere sul mercato.

In questo contesto la provincia di Viterbo, a forte connotazione terziaria, non presenta 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 6,5%, valore ampiamente inferiore al già modesto 11,1% regionale per non parlare del confronto con la media nazionale (27,3%).

Nel corso dell'ultimo quinquennio tuttavia le esportazioni nella provincia di Viterbo hanno registrato un andamento complessivamente positivo che ha in parte contenuto gli effetti della crisi sull'economia locale.

Anche nel 2014 è proseguito il trend positivo per l'export della Tuscia segnando un +14,4% che mette in risalto una crescente internazionalizzazione delle imprese della Tuscia con una maggiore apertura dell'economia locale alle opportunità offerte dai mercati stranieri.

Positivo il saldo della bilancia commerciale, contrariamente a quanto avviene a livello regionale, per effetto di un ammontare delle esportazioni superiore a quello delle importazioni.

Concentrando l'attenzione delle esportazioni 2014 sui settori di attività per il contributo che ciascun comparto fornisce all'export complessivo occorre sottolineare la concentrazione delle vendite all'estero dei minerali non metalliferi (30,3%) legati alle produzioni di porcellana e ceramica del distretto di Civita Castellana. Sempre più importante anche la filiera agro-alimentare, con le esportazioni sia dei prodotti agricoli (18,9%), che di quelli della collegata industria alimentare (14,2%), all'interno della quale si rileva un peso maggiore per la frutta e gli ortaggi lavorati e conservati (10,3%). Tra gli altri settori si rileva un buon contributo alle esportazioni da parte del tessile, abbigliamento e pelli (17,1%), grazie alla vendita essenzialmente di capi di abbigliamento (14,0%), mentre un ruolo decisamente minore è esercitato dagli altri comparti produttivi.

Riguardo alle dinamiche delle esportazioni 2014, la filiera agro-alimentare fa registrare una buona performance rispetto al 2013 (+53,3% per l'agricoltura e +26,2% per l'industria alimentare).

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA VITERBO

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

Nel primo semestre 2015, grazie soprattutto al comparto agroalimentare, sia produttivo sia industriale, si registra un aumento generale delle esportazioni pari al 16,4%, maggiore della media regionale (+ 14,4%) e nazionale (+5%).

Un consistente incremento dell'export viene registrato nel comparto agroalimentare che comprende sia i prodotti agricoli che i prodotti dell'industria alimentare con un + 58,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente raggiungendo complessivamente quota 39,2% sul totale delle merci esportate dalla Toscana. Nel dettaglio le esportazioni del solo settore agricolo sono cresciute del 43,9% e quelle della lavorazione alimentare del 79,4%. Il dato positivo è anche rafforzato dal fatto che il valore cresce più della quantità, segno che il nostro territorio sta dando anche maggiore valore aggiunto alle nostre produzioni.

Dal punto di vista dei Paesi di destinazione delle merci l'Europa si conferma il principale mercato di riferimento con in testa la Germania seguita da Francia e Svizzera. Positivi anche i dati relativi all'export nei Paesi dell'Est Europa ed in particolare Estonia (+ 40,4%), Romania (+74%), Russia (+55,1%).

Il credito

La debole domanda interna di beni di consumo, la ridotta propensione agli investimenti e il contesto di generale difficoltà economica nazionale hanno influenzato l'andamento del sistema creditizio locale. Nel 2014, infatti, è continuata la contrazione dei prestiti a imprese e famiglie, da una parte riconducibile alla minore richiesta di credito degli agenti economici e dall'altra al peggioramento del rating della clientela che ha indotto le banche ad una selezione ancor più stringente delle erogazioni. Si riscontra pertanto una situazione creditizia "bloccata" in quanto l'aumento delle sofferenze è conseguenza della difficile fase congiunturale ma anche causa della contrazione dei prestiti. La raccolta bancaria, in aumento anche nel 2014, non è stata riversata nel circuito economico dei prestiti a imprese e famiglie, limitando, di conseguenza, il moltiplicatore del credito. Nella provincia di Viterbo, al pari di quanto avvenuto in Italia, i depositi bancari hanno registrato negli ultimi anni una costante crescita, segnando +3,8% nel 2012, +3,5% nel 2013 e + 2,6 nel 2014. Il principale soggetto "finanziatore" del sistema bancario è rappresentato dalle famiglie che detengono l'87,2% delle risorse bancarie, seguite dal 11,5% delle imprese, i cui depositi sono generalmente finalizzati alla gestione corrente, e dall'1,3% degli altri settori, tra i quali rientra la Pubblica Amministrazione.

In termini dinamici è possibile rilevare una crescita dei depositi delle famiglie rispetto all'anno 2013 (+2,7%,) che sembrerebbero confermare una tendenza a risparmiare in questa fase economica negativa nella quale i cittadini avvertono un clima di incertezza circa i tempi e le dimensioni di una ripresa economica. Complessivamente positiva è anche la dinamica delle imprese i cui depositi registrano una crescita nel 2014 rispetto all'anno 2013 (+2,92%), mentre in flessione è la dinamica dei depositi degli altri settori (-2,3%).

Secondo i dati raccolti dalla Banca d'Italia, nel 2014, le sofferenze bancarie in provincia di Viterbo (in termini di utilizzato netto) sono aumentate del 7,6% rispetto all'anno 2013. L'aumento a Viterbo è stato, inferiore a quello registrato a livello nazionale (+13,5%), ma comunque superiore al dato

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA VITERBO

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

registrato a livello regionale (+3,8%). L'incremento che non si è mai arrestato dal 2011, con le sofferenze che oggi sono più che raddoppiate passando da 247 a 538 milioni di euro, denota un graduale aumento della rischiosità del credito.

La dinamica congiunturale

Nel 2014 le imprese operanti nella provincia di Viterbo manifestano segnali di difficoltà esprimendo ancora giudizi negativi in merito alle variazioni dei principali indicatori aziendali. I saldi, ovvero le differenze tra le percentuali di imprenditori che dichiarano variazioni in aumento e quelli che indicano variazioni in diminuzione, sono negativi in tutti i settori ma assumono valori più pessimistici nel settore delle costruzioni e nel commercio.

Un clima di maggiore fiducia emerge, invece, dal settore dei servizi.

Le previsioni di andamento per il 2015 dei principali indicatori di performance evidenziano che nel complesso ci si attende un miglioramento, tranne per le piccole imprese che fanno registrare ancora aspettative al ribasso in particolare per la produzione (-0,7%).

Sono invece le imprese di più grande dimensione che mostrano segnali di ripresa più decisi con la produzione che è attesa in aumento per il 4,3% e gli ordini per il 3,7%.

Del resto le piccole imprese (da 1 a 9 addetti) sembrano aver sofferto maggiormente della crisi facendo registrare i risultati peggiori per produzione (-7,9%), ordini (-7,2) e fatturato (-7,6). Di contro, le imprese di dimensione maggiore, con oltre 20 addetti, sembrano aver reagito meglio alle difficoltà, mostrando risultati lievemente al di sotto della linea di pareggio per produzione (-3,5%) e ordini (-2,4%) e stime positive per fatturato (+1,3%).

Le previsioni di andamento per il 2015 dei principali indicatori di performance evidenziano nel complesso maggiore fiducia da parte delle imprese che si attendono un miglioramento, tranne le piccole imprese per le quali si rilevano ancora aspettative al ribasso.

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

Il contesto normativo in cui si svolge la programmazione per l'anno 2016 è caratterizzato dall'approvazione della legge delega inerente la riforma della Pubblica Amministrazione che interviene fissando regole e principi che incidono su diversi aspetti dell'organizzazione amministrativa, gestione del personale e funzioni istituzionali.

L'articolo 8 incide in modo specifico sul sistema camerale. I principali elementi che caratterizzano la riforma sono di seguito sintetizzati:

La riduzione del numero delle Camere di Commercio con il passaggio da 105 alle 60 attraverso gli accorpamenti fra due o più camere di commercio nel rispetto di specifici parametri economici e dimensionali:

- dimensione minima di 75.000 imprese iscritte/annotare nel Registro delle Imprese.
- presenza di almeno di 1 Camera di Commercio per Regione.
- istituibilità di 1 Camera di Commercio in ogni Provincia Autonoma e Città Metropolitana

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA VITERBO

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

- istituibilità di 1 Camera di Commercio nei casi in cui siano soddisfatte le seguenti condizioni:
 - rispondenza ad indicatori di efficienza ed equilibrio economico
 - specificità geo-economiche dei territori e delle circoscrizioni territoriali di confine

Si possono mantenere singole Camere, anche in deroga alle soglie dimensionali minime, nei territori montani ed insulari privi di infrastrutture e collegamenti pubblici stradali e ferroviari.

Per quanto riguarda le Unioni devono essere definite le condizioni per cui possono essere istituite unioni regionali o interregionali.

Per quanto concerne le modalità di finanziamento viene mantenuto il diritto annuale per il quale sono confermate le modifiche già introdotte con il D.L. 90/2014, ovvero il taglio progressivo del 35%, 40% e 50% a partire dal 2015 per arrivare a regime nel 217.

E' inoltre prevista una ridefinizione delle funzioni e delle competenze nell'ambito delle seguenti materie:

- A. pubblicità legale
- B. semplificazione amministrativa
- C. tutela del mercato
- D. promozione del territorio e dell'economia: individuando però specifici ambiti di attività
- E. competenze delegate dallo stato e dalle regioni eliminando duplicazioni con altre P.A.

Rispetto a quest'ultimo punto sembra si profili per le Camere di Commercio un ruolo di primaria importanza per la gestione di alcune importanti e strategiche tematiche quali il lavoro, quindi per favorire l'occupabilità e l'occupazione e la digitalizzazione della Pubblica Amministrazione.

Tutte queste funzioni devono essere svolte nel rispetto di standard di qualità, ovvero standard nazionali minimi definiti dal Ministero dello Sviluppo Economico per ciascuna funzione e servizio e definendo anche il sistema di monitoraggio circa il rispetto degli stessi.

Per quanto riguarda la governance vengono definite le linee guida che dovranno poi essere dettagliate nel decreto legislativo successivo:

- A. Consiglio e Giunta camerali: riduzione del numero dei componenti
- B. criteri di elezione che assicurino una adeguata consultazione delle imprese
- C. numero di mandati limitato
- D. riordino della disciplina delle unioni regionali, aziende speciali e società controllate e partecipate
- E. criteri che garantiscono la rappresentanza equilibrata negli organi camerali delle basi associative delle Camere di Commercio accorpate favorendo il mantenimento dei servizi sul territorio;
- F. gratuità degli organi ad eccezione del collegio dei revisori dei conti
- G. limiti al trattamento economico dei vertici amministrativi degli Enti camerali e delle aziende speciali

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

E' prevista una disciplina transitoria:

- A. che tenga conto degli accorpamenti già deliberati alla data di entrata in vigore della legge;
- B. che assicuri la sostenibilità finanziaria anche dei progetti in corso per l'internazionalizzazione;
- C. che assicuri i livelli occupazionali attuali;
- D. contempli i poteri sostitutivi per garantire la completa attuazione del processo di riforma anche mediante la nomina di commissari in caso di inadempienza.

In questo complesso quadro di riferimento si conferma quanto già delineato nella relazione previsionale e programmatica dello scorso anno, ovvero la necessità di ripensare il ruolo della Camera di Commercio.

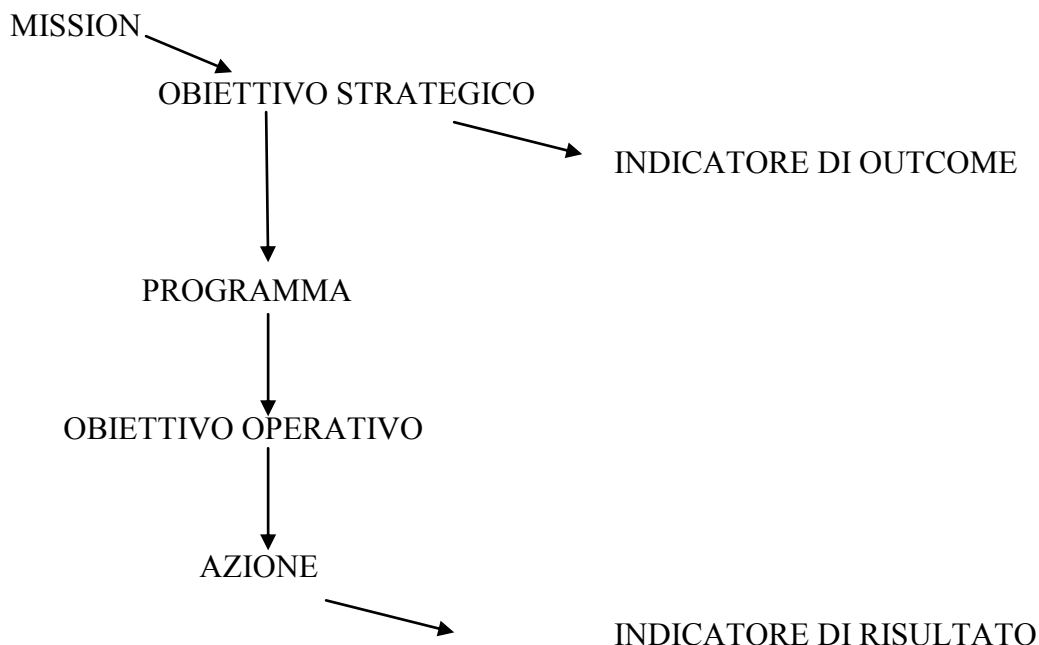
Che sempre più dovrà tendere verso un modello di Amministrazione dinamica, propositiva, efficiente, al servizio delle imprese, che va incontro alle imprese e ai loro fabbisogni, con l'obiettivo di diventare l'istituzione di riferimento, il Punto Unico di Contatto, per la nascita e la crescita delle imprese.

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

In una situazione di scarsità di risorse è inoltre necessario intraprendere percorsi volti ad una ulteriore razionalizzazione della spesa pubblica e all'efficientamento partendo dall'esercizio in forma associata di alcune funzioni amministrative, l'implementazione delle forme di automazione dei servizi, la prosecuzione di politiche di gestione finalizzate, laddove sussistano ancora margini utili, alla riduzione degli oneri di funzionamento e alla internalizzazione di servizi di supporto e di consulenza puntando alla riqualificazione e specializzazione del personale.

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

ALBERO DEGLI INDICATORI DI OUTCOME E DEI RISULTATI ATTESI



OBIETTIVI STRATEGICI E INDICATORI DI OUTCOME

PRIORITÀ STRATEGICHE

1) COMPETITIVITÀ DELL'ENTE

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

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

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

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

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

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

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

LINEE PROGRAMMATICHE

MISSIONE 032 "SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE"

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

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

MISSIONE 032 "SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE"

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

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

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

2) **COMPETITIVITA' DEL TERRITORIO**

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

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

LINEE PROGRAMMATICHE:

MISSIONE 032 "SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE"

2A) CONSOLIDAMENTO E SVILUPPO DI SINERGIE INTERISTITUZIONALI UTILI PER LA PROMOZIONE E LA CRESCITA ECONOMICO-SOCIALE DEL TERRITORIO

MISSIONE 012 "REGOLAZIONE DEI MERCATI"

2B) SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA

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

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

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

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

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

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

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

3) COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

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

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

A tal fine sono attivate azioni di promozione e diffusione della cultura dell'internazionalizzazione, anche mediante la formazione di figure professionali specializzate (export manager), la promozione della digital economy e dei vantaggi che ne possono derivare al fine di cogliere nuove opportunità di mercato, la promozione e la tutela delle eccellenze produttive agroalimentari mediante il sostegno

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

delle DOP e IGP, le missioni e/o fiere nazionali ed internazionali nei settori economici di prevalente interesse strategico per il territorio.

LINEE PROGRAMMATICHE:

MISSIONE 016" COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO"

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

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

MISSIONE 012" REGOLAZIONE DEI MERCATI"

3B) INIZIATIVE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO

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

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

INDICATORI DI RISULTATO

MISSIONE:011 COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE						
LINEA PROGRAMMATICA: MARKETING TERRITORIALE						
AZIONE: TURISMO						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento delle imprese alle iniziative di turismo integrato	Quantità	N	N. iniziative formative da realizzare nell'anno	Rilevazione della Camera	La capacità della Camera di incidere sulla formazione delle imprese	Realizzazione di almeno 1 iniziativa formativa

MISSIONE:011 COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE						
LINEA PROGRAMMATICA: MARKETING TERRITORIALE						
AZIONE: COORDINAMENTO FESTE DEL VINO CASTAGNA E OLIO						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Rafforzamento dell'attività di comunicazione	Qualità	n	N. feste tradizionali e tipiche della Tuscia implementate sul sito Tuscia Welcome rispetto all'anno precedente	Rilevazione della Camera	La capacità di aggregazione dell'Ente	Implementazione nel sito Tuscia Welcome delle Feste tradizionali e tipiche della Tuscia
Rafforzamento della sinergia con i Comuni per la valorizzazione del territorio	Quantità	n	N. incontri formativi/informativi con i rappresentanti dei Comuni	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa e di aggregazione dell'Ente	Organizzazione di almeno due incontri formativi/informativi con i rappresentanti dei Comuni o di supporto nell'ambito del tavolo di coordinamento delle feste

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

MISSIONE:011 COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE						
LINEA PROGRAMMATICA: MARKETING TERRITORIALE						
AZIONE: MARCHIO COLLETTIVO TUSCIA VITERBESE						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di adesione del tessuto imprenditoriale al Marchio Collettivo Tuscia viterbese	Quantità	%	N. imprese aderenti anno 2016/n. imprese aderenti anno 2015	Rilevazione della Camera	La percentuale di incremento delle imprese coinvolte nel progetto	Inserimento di almeno 10 nuove imprese in qualità di licenziatarie o affiliate al Marchio Collettivo Tuscia Viterbese
Tasso di realizzazione di verifiche sul rispetto dei disciplinari	Efficienza	%	N. imprese licenziatarie controllate nell'anno/N. imprese licenziatarie totali	Rilevazione della Camera	La percentuale di controlli effettuati sul totale delle imprese licenziatarie	Realizzazione di almeno 50 verifiche tra nuovi richiedenti la licenza d'uso e l'affiliazione al Marchio Tuscia Viterbese e le imprese già licenziatarie.
Livello di diffusione del marchio collettivo Tuscia viterbese	Qualità	N.	N. eventi di promozione del Marchio organizzati direttamente dalla Camera di Commercio	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa e promozionale della Camera	Realizzazione di almeno 1 evento di promozione dei prodotti del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese
Revisione o ampliamento della disciplina del paniere dei prodotti e dei servizi	Qualità	N-	N. disciplinari nuovi o revisionati anno 2016/N disciplinari anno 2015	Rilevazione della Camera	L'efficienza nella gestione dei disciplinari	Elaborazione o revisione di almeno un disciplinare di produzione o erogazione dei servizi

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

MISSIONE:011 COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE						
LINEA PROGRAMMATICA: MARKETING TERRITORIALE						
AZIONE: SOSTEGNO AD INIZIATIVE DI ENTI ED ORGANISMI DIVERSI PER LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Livello di valorizzazione e del territorio	Qualità	N.	N. iniziative di valorizzazione e del territorio partecipate o sostenute dall'ente camerale	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa e promozionale della Camera	Sostegno economico/finanziario fin e/o gestionale di almeno 1 iniziativa di promozione del territorio

MISSIONE 011 "COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE"						
LINEA PROGRAMMATICA: QUALITA' DEL LAVORO NELLE IMPRESE						
AZIONE: ORIENTAMENTO ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Livello di formazione specialistica	Qualità	N.	N. incontri di orientamento, di divulgazione e di formazione per target omogenei di studenti	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa della Camera	Sottoscrizione di almeno 5 accordi di collaborazione/convenzioni con Istituzioni scolastiche del territorio e realizzazione di almeno 10 incontri di orientamento, divulgazione e formazione per target omogenei di studenti su professioni tecnico scientifiche, in

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

						collaborazione con le scuole.
Grado di divulgazione delle iniziative formative	Qualità	N.	N. iniziative divulgative	Rilevazione della Camera	La capacità attrattiva della Camera	Realizzazione di un catalogo delle iniziative formative dell'Ente camerale e dell'Azienda Speciale con almeno 20 iniziative formative e aggiornamento con cadenza almeno trimestrale.
Grado di coinvolgimento degli studenti	Quantità	N.	N. studenti coinvolti	Rilevazione della Camera	La capacità attrattiva ed organizzativa della Camera	Coinvolgimento di almeno 30 utenti, già in possesso di diploma di scuola superiore e/o provenienti da percorsi ITS, nelle attività a sportello finalizzate alla certificazione delle competenze e supporto al placement.

MISSIONE 011 "COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE"						
LINEA PROGRAMMATICA: VALORIZZAZIONE E DIFFUSIONE DELL'INFORMAZIONE ECONOMICA						
AZIONE: OSSERVATORIO ECONOMICO PROVINCIALE						
Indicatore	Tipologia	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Livello di divulgazione dell'informazione statistica	Qualità	N.	N. report economico/statistici realizzati nell'anno	Rilevazione della Camera	L'incisività dell'Ente nel tessuto economico-provinciale	Realizzazione Polos; Realizzazione di almeno 4 report statistico/economici sulla Tuscia viterbese

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

MISSIONE 012 "REGOLAZIONE DEI MERCATI"						
LINEA PROGRAMMATICA: SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA						
AZIONE: SUAP						
Indicatore	Tipologia	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Attività di supporto alla rete locale dei SUAP	Qualità	N.	N. iniziative seminariali e incontri di approfondimento	Rilevazione della Camera	La capacità della Camera di promuovere lo strumento di semplificazione	Realizzazione di n. 2 percorsi di formazione dedicati alle categorie professionali, associazioni di categoria e agenzie per le imprese che interagiscono con i SUAP; Realizzazione di almeno 5 incontri periodici di aggiornamento
Attività di divulgazione e informazioni utili alla rete SUAP	Quantità	N.	N. contatti e strumenti di divulgazione delle informazioni	Rilevazione della Camera	La capacità di comunicazione della Camera	Produzione e diffusione diretta alla rete SUAP di almeno 20 infonews; gestione di almeno 350 contatti diretti per risposta a quesiti formulati dalla rete, dai professionisti e dalle associazioni di categoria

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

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

MISSIONE 012 "REGOLAZIONE DEI MERCATI"						
LINEA PROGRAMMATICA: INIZIATIVE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO						
AZIONE: CONCILIAZIONE ARBITRATO E TUTELA DELLA PROPRIETA' INDUSTRIALE						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di diffusione della cultura brevettuale	Qualità	N.	N. destinatari contattati per rinnovo marchi	Rilevazione della Camera	La capacità divulgativa della Camera	Azione di promozione di rinnovo marchi nei confronti di 150 destinatari
Grado di diffusione del servizio di arbitrato	Qualità	N.	N. iniziative in materia di arbitrato	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa della Camera	Organizzazione di un evento di promozione e divulgazione del servizio di arbitrato

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

MISSIONE 012 "REGOLAZIONE DEI MERCATI"						
LINEA PROGRAMMATICA: INIZIATIVE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO						
AZIONE: VIGILANZA DEL MERCATO SULLA BASE DELL'ACCORDO MISE- UNIONCAMERE						
Indicatore	Tipologia	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Tasso di realizzazione dei controlli	Qualità	N.	N. controlli effettuati/n controlli previsti dall'accordo MISE/Unioncamere	Rilevazione della Camera	L'efficienza dell'Ente	Realizzazione di 10 controlli visivi per settore ed un prelievo di prodotto per il settore elettrico

MISSIONE 16 "COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO"						
LINEA PROGRAMMATICA: RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY						
AZIONE: SERVIZIO NUOVA IMPRESA, IMPRENDITORIA GIOVANILE E FEMMINILE						
Indicatore	Tipologia	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento delle imprese	Qualità	N.	n. imprese coinvolte	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa della Camera	Coinvolgimento di almeno 30 aspiranti potenziali imprenditori nell'ambito del progetto start up.
Livello di formazione	Qualità	N.	N. eventi formativi	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa ed attrattiva della Camera	Gestione di almeno 4 eventi formativi/informazione di approfondimento e presentazione di bandi e/o iniziative a sostegno dell'autoimprenditorialità in raccordo con lo Sportello Credito

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

Grado di coinvolgimento degli stakeholders di riferimento	Qualità	N.	N. contatti gestiti nell'anno	Rilevazione e della Camera	Il livello di attrattività e di efficienza dell'Ente	Gestione dei contatti con almeno 200 stakeholders nell'ambito degli sportelli/servizi dedicati Credito, Nuova impresa e Imprenditoria femminile.
---	---------	----	-------------------------------	----------------------------	--	--

MISSIONE 16 “COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO”						
LINEA PROGRAMMATICA: RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY						
AZIONE:SPORTELLLO PROMOZIONE RETI DI IMPRESA						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Livello di diffusione delle reti di impresa	Qualità	N.	N. iniziative dedicate	Rilevazione della Camera	Capacità di organizzazione della Camera	Realizzazione di 2 incontri (workshop) dedicati alla promozione degli strumenti di finanziamento per le reti e a specifiche progettualità di rete per il territorio

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

MISSIONE 16 “COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO”						
LINEA PROGRAMMATICA: RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY						
AZIONE: CREDITO						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Sostegno finanziario a supporto delle start up	Qualità	N	N.imprese beneficiarie di finanziamenti	Rilevazione della Camera	Capacità di impulso dell'Ente alla creazione delle start up	Erogazione di servizi finanziari a supporto delle start up non innovative (almeno 8 imprese) in raccordo con il servizio nuova impresa, imprenditoria giovanile e femminile.

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

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

Livello di formazione specialistica	Qualità	N.	N. iniziative formative	Rilevazione della Camera	Capacità organizzativa dell'Ente	Realizzazione di almeno 3 iniziative formative
-------------------------------------	---------	----	-------------------------	--------------------------	----------------------------------	--

MISSIONE 16 “COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO”						
LINEA PROGRAMMATICA: RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY						
AZIONE: PROMOZIONE DELLA DIGITAL ECONOMY						
Indicatore	Tipologia	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento delle imprese nei servizi di promozione e realizzazione di interventi di digital economy	Qualità	N.	N. imprese coinvolte	Rilevazione della Camera	Capacità attrattiva della Camera	Coinvolgimento di almeno 30 imprese nelle attività formative, informative e di supporto
Livello di formazione specialistica	Qualità	N.	Iniziative formative destinate al personale camerale	Rilevazione della Camera	Livello di efficienza dell'Ente	Realizzazione di 2 incontri mirati ad elevare il livello di competenza del personale camerale sul fronte della digitalizzazione

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

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

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

						diretta da un campione di almeno 20 castanicoltori di informazioni sugli aspetti quali-quantitativi della produzione castanicola dell'annata agraria
--	--	--	--	--	--	--

MISSIONE 16 “COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO”						
LINEA PROGRAMMATICA: RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY						
AZIONE: GESTIONE DI INIZIATIVE DI VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY E DELLE PRODUZIONI LOCALI						
Indicatore	Tipologia	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di valorizzazione e promozione del made in Italy	Qualità	N.	N. imprese coinvolte	Rilevazione della Camera	Capacità attrattiva della Camera	Coinvolgimento di almeno 50 imprese nelle iniziative di formazione/informazione e supporto.

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

MISSIONE 32 “SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”						
LINEA PROGRAMMATICA: VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DELL'ENTE CAMERALE QUALE PUNTO SINGOLO DI CONTATTO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI						
AZIONE:SPORTELLI E SERVIZI DEDICATI PER IMPRESE E PROFESSIONISTI						
Indicatore	Tipologia	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento degli stakeholders	Qualità	N.	N.stakeholders coinvolti	Rilevazione della Camera	Incisività della Camera nell'ottica di semplificazione	Gestione di contatti con almeno 1000 imprese/professionisti

MISSIONE 32 “SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”						
LINEA PROGRAMMATICA: VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DELL'ENTE CAMERALE QUALE PUNTO SINGOLO DI CONTATTO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI						
AZIONE:COMUNICAZIONE INTEGRATA						
Indicatore	Tipologia	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Implementazione della capacità di comunicazione dell'Ente	Qualità	N.	N.iniziative dirette agli stakeholders	Rilevazione della Camera	Incisività della Camera nell'ottica di semplificazione e miglioramenti dei servizi	Realizzazione del portale unico Tuscia Welcome e tuscia Viterbese; indagine per valutare un gradimento continuo del servizio

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

MISSIONE 32 “SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”						
LINEA PROGRAMMATICA: PROMOZIONE DELL'EFFICIENZA E SEMPLIFICAZIONE DEI SERVIZI						
AZIONE:EFFICIENTAMENTO DEI SERVIZI E DELLE FUNZIONI						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di promozione e sviluppo di accordi di cooperazione nell'ambito del sistema camerale	Qualità	N.	N.iniziative di cooperazione	Rilevazione della Camera	La capacità associativa della Camera	Realizzazione ed attuazione di almeno 2 accordi per la realizzazione di funzioni associate

MISSIONE 32 “SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”						
LINEA PROGRAMMATICA: PROMOZIONE DELL'EFFICIENZA E SEMPLIFICAZIONE DEI SERVIZI						
AZIONE:RECUPERO DIRITTO ANNUALE E CREDITI CAMERALI						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di recupero posizioni debitorie	Qualità	N.	N.iniziative di recupero	Rilevazione della Camera	La capacità della Camera di migliorare il grado di riscossione	Azioni di recupero diretto del diritto annuale nei confronti di almeno 10000 posizioni Analisi di tutte le posizioni debitorie attive al 31/12/2015 ed attivazione delle azioni di recupero

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

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

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

MISSIONE 32 “SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”						
LINEA PROGRAMMATICA: CONSOLIDAMENTO E SVILUPPO DI SINERGIE INTERISTITUZIONALI UTILI PER LA PROMOZIONE E LA CRESCITA ECONOMICO-SOCIALE DEL TERRITORIO						
AZIONE: SVILUPPO DI ASSET STRATEGICI PER IL TERRITORIO						
Indicatore	Tipologia	Unita’ di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di promozione e sviluppo di accordi di partenariato con asset strategici per lo sviluppo del territorio	Qualità	N.	Numero di protocolli di intesa sottoscritti nell’anno	Rilevazione della Camera	La capacità di aggregazione della Camera	Stesura di almeno 1 protocollo di intesa per la valorizzazione e diffusione di servizi ad alto valore aggiunto finalizzati a favorire lo sviluppo delle imprese e del territorio, e la progettazione di almeno 1 GAL

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA VITERBO

Allegato F) all'Atto del Consiglio n. 103.331 del 22/12/2015

INDICATORI ECONOMICI

INDICATORI ECONOMICO PATRIMONIALI		2016					
Indicatore	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target 2015	Target preconsuntivo 2015	Target 2016
Equilibrio economico della gestione corrente	%	Oneri correnti/Proventi correnti	bilancio consuntivo	L'incidenza degli oneri correnti rispetto ai proventi correnti	114,49	117,23	116,87
Incidenza costi strutturali	%	Oneri correnti - interventi economici/ Proventi correnti	bilancio consuntivo	l'incidenza dei costi di struttura rispetto ai proventi correnti	103,30	101,18	110,68
Interventi economici per impresa attiva*	%	Interventi economici /n. imprese attive al 31/12	bilancio consuntivo	Il valore medio degli interventi economici per impresa attiva	17,97	27,14	9,00
Equilibrio economico finanziario	rapporto	costi di struttura (al netto di imposte e tasse, quote associative e conferimento allo Stato)/Proventi correnti (al netto fondo svalutazione crediti e contributi fondo perequativo	bilancio consuntivo	L'incidenza dei costi di struttura derivanti dalle attività proprie dell'Ente rispetto ai proventi correnti generati direttamente dall'Ente	0,90	0,88	0,98
Incidenza delle spese di funzionamento rispetto al totale dei costi di struttura	%	costo spese di funzionamento/totale degli oneri correnti al netto degli interventi economici	bilancio consuntivo	Incidenza del costo delle spese di funzionamento rispetto al totale dei costi di struttura	31,56	30,09	31,91
Riscossione spontanea diritto annuale	%	riscossione spontanea diritto annuale/diritto annuale	bilancio consuntivo	grado di riscossione spontanea del diritto annuale	70,42	70,13	72,00

Nota: il target 2016 è condizionato dall'intervento legislativo che ha introdotto il taglio del 40% del provento da diritto annuale a fronte del taglio del 35% dell'anno 2015.