

La Relazione sulla performance **2012**

*Adottata con delibera della Giunta Camerale
n. 6.28 del 20 giugno 2013*

INDICE E STRUTTURA DELLA RELAZIONE

1. PRESENTAZIONE	pag. 3
2. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE 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. 17
2.4. Le criticità e le opportunità	pag. 18
3. OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI	pag. 47
3.1. Albero della <i>performance</i>	pag. 48
3.2. Obiettivi individuali	pag. 53
4. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITA'	pag. 56
5. PARI OPPORTUNITA' E BILANCIO DI GENERE	pag. 58
6. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE	pag. 59
6.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità	pag. 59
6.2 Punti di forza e di debolezza del ciclo della <i>performance</i>	pag. 60

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

Il 2012 è stato un anno particolarmente complesso per l'economia internazionale. Il prodotto mondiale rallenta l'intensità della propria crescita in ragione delle incertezze dell'economia statunitense e dell'Area Euro che, nella seconda parte dell'anno, sono risultate sempre più marcate. L'Italia in questo scenario, sconta il sovrapporsi di ritardi strutturali, squilibri di bilancio, scarsa produttività e recessione della domanda interna. La fase ciclica, è stata recessiva a partire dall'ultimo trimestre 2011 e non si riscontrano inversioni di tendenza nel 2012 con un PIL Italia 2012 che si attesta a -2,4%.

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

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

Come per le scorse annualità, sono le imprese di più piccole dimensioni ad aver risentito di più della congiuntura economica negativa nel corso del 2012.

Il mercato del lavoro

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

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

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

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

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

Il valore aggiunto

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

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

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

Dalla disaggregazione dei dati per fascia dimensionale di impresa, emerge la maggiore rilevanza in provincia di Viterbo del valore aggiunto di aziende di piccole dimensioni (fino a 49 addetti, 77,3%), rispetto al dato medio regionale (58,1%) e nazionale (66%). Nel processo di creazione di ricchezza nella provincia di Viterbo è stata inoltre indagata la filiere delle attività economiche del mare e del sistema culturale.

Il sistema imprenditoriale

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

manifatturiero e nelle costruzioni nella provincia di Viterbo sia risultato perfettamente in linea con la dinamica rilevata per l'Italia e per il Lazio, con l'unica eccezione che nella regione è rimasto stabile il numero delle imprese edili attive.

Proprio in merito alla distribuzione settoriale delle imprese attive, si può notare come le imprese viterbesi del settore agricolo (12.269, il 36% del totale), rappresentino ben il 27% delle imprese agricole laziale, ed incidono sull'economia totale locale in modo ben più elevato del corrispettivo nazionale (15,5%). Il peso dell'edilizia (circa 5.000 imprese attive, il 14,6% del totale) risulta invece solo lievemente al di sotto della media del Lazio e dell'Italia, mentre maggiore è il gap per quanto riguarda il commercio (22,6% contro il 29,8% del Lazio e il 27,1% dell'Italia). Per quanto riguarda il settore manifatturiero, le aziende attive nel viterbese (circa 2.000) rappresentano una quota del 5,8% del totale provinciale (e il 6,5% delle imprese manifatturiere laziali), un'incidenza solo di poco al di sotto del dato regionale, ma più nettamente inferiore rispetto a quello nazionale (10%).

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

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

Il commercio estero

In una fase in cui la domanda interna italiana risente in modo negativo delle conseguenze della recessione, e in particolare delle criticità sul mercato del lavoro, la performance sui mercati esteri dei sistemi produttivi locali rimane una variabile cruciale per il loro rilancio, ed in particolar modo diviene assolutamente necessario riuscire a diversificare prodotti e mercati geografici in modo tale da intercettare la domanda più dinamica delle economie emergenti. Nell'anno 2012, contrariamente a quanto accaduto per le esportazioni laziali e italiane, che hanno presentato un deciso rallentamento dei flussi di beni e servizi verso l'estero, l'export della provincia di Viterbo

ha sperimentato una decisa accelerazione pari al +20,5% che è andata a compensare la peggiore performance del 2011 (-6,5%). Passando all'analisi settoriale l'export del settore manifatturiero conta per circa l'80% del totale provinciale e tra il 2011 e il 2012 ha osservato un aumento prossimo al 18%. Coerentemente con la composizione della struttura produttiva locale, una quota relativamente importante dei flussi di beni verso l'estero proviene dal settore agricolo (18,4%), la cui performance sui mercati internazionali nel 2012 è stata di assoluta rilevanza (+33,7%).

Tra i settori maggiormente rappresentativi della produzione viterbese l'alimentare e il sistema moda costituiscono il traino per la crescita delle esportazioni viterbesi nel 2012, con performance rispettivamente del +44,5% e del +215,6%, con risultati eccellenti in modo particolare per frutta, ortaggi e lavorazione della carne e per abbigliamento e calzature, a conferma della rilevanza del made in Italy di qualità per gli acquirenti esteri. In contrazione, invece, i flussi del settore degli articoli in gomma e materie plastiche, altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi (-8,2%), attribuibile in modo particolare alla non favorevole performance dei prodotti in porcellana e ceramiche e degli articoli in materie plastiche.

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

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

Il credito

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

Per quanto riguarda la raccolta di fondi, dai dati di Banca d'Italia emerge come nella provincia di Viterbo a fine 2012 i depositi risultassero di poco superiori ai 4 miliardi di euro, con un aumento del 4,3% rispetto al 2011. Tale tasso di crescita risulta tuttavia inferiore a quanto rilevato nella

media regionale (+8,9%), con il Lazio che ha a sua volta mostrato un maggiore dinamismo nell'accumulo di depositi bancari rispetto alla media nazionale (+7%). Da sottolineare come la provincia di Viterbo presenti il tasso di variazione più basso dei depositi tra tutte le province laziali.

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

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

Il quadro 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.

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, Retecamere 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, associazioni sindacali.

2.2 L'amministrazione

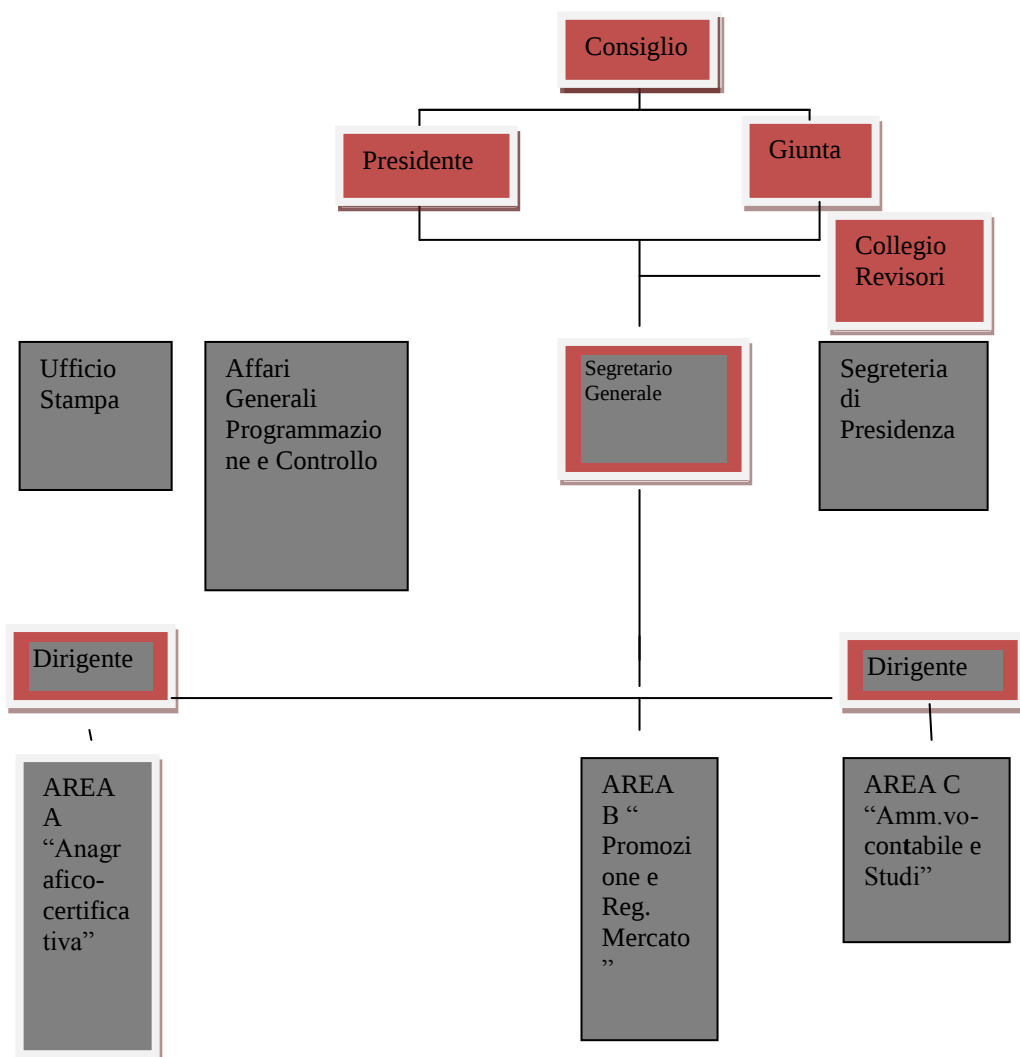
Chi siamo

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

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

La struttura amministrativa della Camera è guidata dal Segretario Generale con funzioni di vertice coadiuvato dai dirigenti ed è articolata in tre 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 B "Area Promozione e Regolazione del mercato"
- Area Dirigenziale C "Area Amministrativo-Contabile e Studi"
- Staff affari Generali Programmazione e Controllo
- Staff di Segreteria di Presidenza
- Ufficio stampa



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.

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 ha avviato da tempo con la Regione Lazio e con l'ARSIAL un'attività di collaborazione per l'organizzazione e la realizzazione delle manifestazioni fieristiche relative al settore turismo e al settore agroalimentare, sostiene numerose iniziative promosse dagli Enti locali, direttamente o in collaborazione con le Pro-loco, assicurando, quando possibile, una presenza dell'Ente sul territorio. Inoltre collabora con la Provincia di Viterbo per l'organizzazione delle manifestazioni relative al settore del turismo e, in particolare, del turismo enogastronomico.

La collaborazione con altri Enti si esplica anche attraverso le indagini statistiche attuate unitamente ad altri organi del SISTAN. In particolare, si sottolineano le diverse indagini ISTAT cui la Camera di Commercio è chiamata a collaborare.

La Camera di Commercio, inoltre, ha assunto un ruolo attivo nella promozione delle attività che hanno condotto alla costituzione di due GAL "Etrusco Cimino" e "In Teverina", favorendo la partecipazione di tutte le Associazioni di categoria in modo da garantire la massima rappresentanza del mondo imprenditoriale per un'opportunità che coinvolge l'intero sistema economico. La progettazione sviluppata dai GAL della Tuscia viterbese punta soprattutto sulle produzioni di

eccellenza tra cui nocciola, castagna e vino, ma anche sulla diversificazione del settore agroalimentare di qualità per favorire lo sviluppo turistico e territoriale.

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 Personale

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

Il personale viene orientato sempre più in una logica di servizio alle imprese e ai consumatori di tipo aziendalistico, quindi accanto a conoscenze di tipo amministrativo e normativo vengono sviluppate competenze specialistiche, capacità di programmazione, abilità relazionali, capacità di ascolto del mercato, orientamento al risultato e al raggiungimento degli obiettivi.

Al fine di fornire risposte rapide e concrete alle necessità emergenti del sistema imprenditoriale e del territorio la struttura organizzativa è resa sempre più flessibile e orientata alla performance superando le logiche di carattere burocratico.

Di seguito si riportano alcuni dati concernenti la distribuzione del personale tra le funzioni istituzionali che consente di evidenziare l'investimento stabile in risorse umane che l'Ente ha dedicato alle sue linee di attività essenziali:

DISTRIBUZIONE DEL PERSONALE PER FUNZIONI ISTITUZIONALI AL 31.12.2012				
FUNZIONI	ANNO 2011		ANNO 2012	
	VALORE ASSOLUTO	VALORE %	VALORE ASSOLUTO	VALORE %
FUNZIONE A: Organi istituzionali e Segreteria Generale	13 (di cui n. 10 di ruolo, n. 2 a tempo determinato e n. 1 somministr. Oneri Infocamere)	18%	14 (Di cui n. 11 di ruolo e n. 3 a tempo determinato)	18%
FUNZIONE B: Servizi di Supporto	13 ((Di cui n. 10 di ruolo e n. 3 a tempo determinato	18%	14 (Di cui n. 10 di ruolo, n. 2 a tempo determinato, n. 1 comandato)	18%
FUNZIONE C: Anagrafe e Servizi di Regolazione del Mercato	28 (Di cui n. 20 di ruolo e n. 8 a tempo determinato	40%	27 (Di cui n. 21 di ruolo, n. 5 a tempo determinato, n. 1 comandato)	35%
FUNZIONE D: Studio, Formazione, Informazione e Promozione economica	17 (Di cui n. 16 di ruolo e n. 1a tempo determinato)	24%	22 (di cui 17 di ruolo e n. 5 a tempo determinato per attività censuarie)	29%
TOTALE	71	100%	77	100%

PERSONALE AL 31.12.2011: TOT. 71

DI CUI :

N. 56 DI RUOLO,

N. 14 A TEMPO DETERMINATO

N. 1 CONTRATTO DI SOMMINISTRAZIONE SENZA ONERI

PERSONALE AL 31.12.2012: TOT. 77

DI CUI :

N. 59 DI RUOLO

N. 2 IN POSIZIONE DI COMANDO DA ALTRA AMMINISTRAZIONE

N. 15 A TEMPO DETERMINATO (N. 5 PER ATTIVITA' CENSUARIE)

N. 1 CONTRATTO DI SOMMINISTRAZIONE SENZA ONERI

Composizione del personale per tipologia contrattuale								
		A tempo indeterminato			A tempo determinato	Interinale	Altre tipologie	Totale
		full time	part time	Totale				
2011	CdC	51	5	56	14	-	-	80
2012	CdC	58	1	59	15	-	2	76

Il numero delle unità di personale a tempo determinato tiene conto delle risorse umane impiegate per lo svolgimento delle attività del censimento dell'industria e dei servizi.

La gestione corrente

RISORSE ECONOMICHE			
Dati di Bilancio Gestione corrente	Consuntivo al 31/12/2011	Preventivo anno 2012 (aggiornato)	Consuntivo al 31/12/2012
A) Proventi Correnti			
Diritto Annuale	6.072.880	5.748.035,00	6.148.726
Diritti di Segreteria	1.121.297	1.096.000,00	1.081.718
Contributi trasferimenti e altre entrate	908.252	675.714,20	730.261
Proventi da gestione di beni e servizi	230.845	233.600,00	242.300
Variazioni delle rimanenze	20.966	0	(4.724)
Totale Proventi Correnti (A)	8.354.240	7.753.349,20	8.198.281
B) Oneri Correnti			
Spese per il personale	(3.080.899)	(3.069.919)	(3.019.634)
Spese di funzionamento	(1.934.615)	(2.357.177)	(2.183.951)
Spese per interventi economici	(1.776.588)	(2.056.013)	(1.853.904)
Ammortamenti e Accantonamenti	(1.571.568)	(1.189.437)	(1.788.680)
Totale Oneri correnti (B)	(8.363.670)	(8.672.546)	(8.846.170)
Risultato Gestione Corrente (A-B)	(9.430)	(919.197)	(647.889)

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 2011 può così sintetizzarsi:

- ✓ una leggera flessione nei proventi per il solo diritto annuale : per le imprese che pagano in base al fatturato è di tutta evidenza che gli effetti della grave crisi economica finanziaria cominciano ad esplicitare i propri effetti anche se l'effettiva consistenza si avvertirà, sui bilanci camerali, dal 2013 in poi.
- ✓ Un incremento sostanziale dell'entità delle sanzioni : tale differenza evidenzia come il tasso di riscossione spontanea del diritto annuale si sia ridotto discretamente

Rispetto al dato del 2011 si registra una discreta flessione dei proventi per **diritti di segreteria** legata, soprattutto, alle nuove leggi sulla "semplificazione" introdotte dal Governo Monti che esonerano le imprese a trasmettere certificati pubblici alle pubbliche amministrazioni con l'obbligo, per queste ultime, di dialogare tra loro senza oneri a carico delle imprese.

Per quanto concerne la voce **Contributi, Trasferimenti e Altre Entrate** dal confronto con il dato del 2011 la maggiore differenza è costituita dal fatto che dal 2012 l'Ente camerale non beneficia più del contributo per rigidità di bilancio riconosciuto, in passato, dal fondo perequativo in quanto sulla base del nuovo Regolamento l'Ente non è più in possesso dei requisiti previsti per ottenere tale beneficio.

Sugli **oneri del personale** si evidenzia una importante differenza, rispetto al dato del 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.

L'ammontare complessivo delle risorse destinate agli **interventi economici** nell'anno 2012 è pari ad € 1.853.904. Lo scostamento rispetto alla previsione aggiornata di € 2.056.013 è costituito da vere e proprie economie di gestione che non hanno avuto incidenza sulla realizzazione dei programmi come risulta già nella relazione sullo stato delle attività presentata dall'OIV e approvata dalla Giunta con delibera n. 1/1 del 25/1/2013.

Si evidenzia invece un incremento dei fondi destinati ad interventi economici rispetto all'anno 2011 a testimonianza degli sforzi compiuti dall'Ente nel sostegno alle imprese sia pure in un contesto di forti limitazioni di spesa a carico delle pubbliche amministrazioni.

L'indice di utilizzo complessivo del budget dell'anno 2012 è pari al 91,23% a fronte di un indice dell'87,77% dell'anno 2011 e di una media del triennio precedente dell'89%.

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
SAVIT	Sviluppo e gestione impianti Aeroporto Viterbo	33,33%
Società Autostrada Tirrenica	Promozione e progettazione, costruzione ed esercizio di autostrade in concessione	0,0038%
Spal	Promozione di iniziative per lo sviluppo economico e per il rilancio industriale ed occupazionale dell'area dell'Alto Lazio	1,57%
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	13,65%

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.**

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 31/12/2012	Contributo Previsto	Contributo Effettivo
Ce.f.a.s.	7	106.621,00	106.621,00

2.3 I risultati raggiunti

Sono di seguito riportati i risultati complessivamente conseguiti dall'Ente nell'anno 2012. 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	3	23,08%
Obiettivi Strategici con target non raggiunto	4	30,77%
Obiettivi Strategici con target parzialmente raggiunto	2	15,38%
Obiettivi Strategici non valutabili	1	7,69%
Obiettivi strategici in corso di valutazione	3	23,08%
Obiettivi Strategici Totali individuati nel Piano della Performance	13	100%

OBIETTIVI OPERATIVI	Valore Assoluto	Valore %
Obiettivi Operativi con target raggiunto	53	85,48%
Obiettivi Operativi con target parzialmente raggiunto	9	14,52%
Obiettivi Operativi Totali individuati nel Piano della Performance	62	100%

Dati di Bilancio Gestione corrente	Preventivo anno 2012 (aggiornato)	Consuntivo al 31/12/2012	Risorse disponibili rispetto a quelle preventivate (%)
Proventi Correnti	7.753.349	8.198.281	(+) 5,73%
Oneri Correnti			
Spese per il personale	(3.069.919)	(3.019.634)	(+) 1,63%
Spese di funzionamento	(2.357.177)	(2.183.951)	(+) 7,3%
Spese per interventi economici	(2.056.013)	(1.853.904)	(+) 9,83%

2.4 Le criticità e le opportunità

Gli Obiettivi strategici e gli Indicatori di Outcome

Il Piano della Performance anno 2012, 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.

L'elenco non è esaustivo, in quanto alcuni indicatori per la particolare natura e complessità richiedono un monitoraggio temporale più ampio rispetto a quello annuale.

In particolare già in sede di definizione della Relazione Previsionale e Programmatica 2013, quindi anche in sede di definizione del Piano della Performance per l'anno corrente, riconoscendo le difficoltà di misurazione del dato inerente "il numero delle cause civili in provincia", in maniera certa e temporalmente allineata con l'attività di programmazione il Consiglio Camerale, approvando la proposta della Giunta, ha deciso di revisionare gli indicatori del programma pluriennale eliminando l'indicatore di outcome "Riduzione del numero delle cause civili nella provincia rispetto al dato dell'anno 2009".

Per le motivazioni sopra espresse tale indicatore, non misurabile, non viene incluso nel riepilogo seguente:

Indicatore di outcome	Target pluriennale atteso	(%) di raggiungimento del target pluriennale atteso all'anno 2012
Incremento del flusso turistico nelle strutture ricettive della provincia	+20% rispetto al dato dell'anno 2009 (682.766)	+45,44%- valore riferito all'anno 2011 in quanto i dati 2012 non sono ancora disponibili. (Presenze turistiche registrate: n. 993061)
Incremento del valore impieghi creditizi	+ 40% rispetto al dato dell'anno 2009 (4.282,486)	+ 21,02%
Incremento numero imprese che effettuano formazione	+10% rispetto al dato anno 2009 (36,4%)	-8,79% (valore riferito all'anno 2011 in quanto i dati 2012 non sono ancora disponibili)
Incremento numero dipendenti che fruiscono della formazione	+10% rispetto al dato anno 2009 (31,2%)	-3,52%(valore riferito all'anno 2011 in quanto i dati 2012 non sono ancora disponibili)

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

- Priorità strategica “ Sostenere l’innovazione e il rilancio competitivo del territorio”:
 - a. Incremento medio del 20% del fatturato delle imprese aderenti al Marchio Collettivo Tuscia Viterbese rispetto al dato dell’anno 2009;
- Priorità strategica: “Rafforzare il posizionamento delle imprese della Tuscia sui mercati nazionali ed internazionali in raccordo con la tutela del made in Italy”:
 - b. Incremento del 20% dell’export relativamente alle imprese coinvolte nella vetrina del settore agroalimentare al 31/12/2009;
 - c. Incremento del 20% delle nuove imprese internazionalizzate rispetto a quelle iscritte nella vetrina al 31.12.2009;
 - d. Incremento del 10% della quantità di prodotto certificato per ciascuna delle DOP esistenti rispetto al dato dell’anno 2009;
 - e. Incremento del 100% del numero delle conciliazioni rispetto al dato dell’anno 2009;
- Promuovere l’efficienza e la semplificazione dei processi:
 - f. Riduzione del 10% delle spese di funzionamento rispetto al dato dell’anno 2009 relativamente alle seguenti voci di spesa: spese postali, spese telefoniche e spese di cancelleria.

Per quanto riguarda gli indicatori di cui alle lettere a), b), c), considerata la natura e la complessità connessa peraltro alla difficoltà congiunturale che stiamo vivendo si è ritenuto di procedere ad una puntuale rilevazione del dato relativo al 2012 rispetto alle aziende che depositano i bilanci di esercizio nel registro delle imprese oltre che nei confronti di quelle che su base volontaria si rendono disponibili a fornire i dati.

La rilevazione consentirà di misurare i risultati soltanto nei prossimi mesi.

Relativamente agli indicatori di cui alle lettere d) e) ed f) si rileva quanto segue:

Indicatore strategico	Target pluriennale atteso	Target conseguito al 31/12/2012	% di realizzazione	Criticità/Opportunità Ricontrate	Obiettivi Azioni Previste nel ciclo di programmazione successivo
Incremento numero conciliazioni	370	327	88,38%	La Sentenza della Corte Costituzionale che ha definito incostituzionale la disposizione di legge che ha regolamentato il procedimento di mediazione obbligatoria per le cause civili ha determinato un sostanziale crollo delle domande di mediazione con conseguente stabilizzazione del risultato rispetto all'anno precedente.	Rendere più "appetibile" il procedimento anche attraverso la riduzione dei costi di accesso alla procedura.
Riduzione spese di funzionamento voci: spese postali- spese di cancelleria e spese telefoniche	-10%	-36,76%	conseguito		
Incremento certificazioni DOP					
Olio Canino	+10%	+72%	conseguito		
Olio Tuscia	+10%	-24,32%	0		
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 2012, 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
Focus Impresa e Lavoro	Attività segretariale e di supporto ai lavori del Focus	Attività segretariale e di supporto ai lavori del Focus	Nel corso del 2012 le questioni inerenti le pur gravi problematiche economico sociali conseguenti la crisi non hanno sollecitato i partecipanti a richiedere incontri di approfondimento e concertazione nell'ambito del tavolo precostituito, per cui non è stata svolta alcuna attività segretariale e di supporto.	100%	0%

Funzioni Associate	Realizzazione di almeno 1 convenzione con una Camera di Commercio o Unione Regionale per l'esercizio di funzioni associate	1	4	+3	400%

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 (%) raggiunti obiettivo
Semplificazione del Registro delle Imprese	Incontri formativi informativi con Ordini e Collegi Professionali per la condivisione di tematiche di comune interesse finalizzate alla razionalizzazione e semplificazione delle procedure.	Realizzazione di incontri formativi informativi con Ordini e Collegi Professionali per la condivisione di tematiche di comune interesse finalizzate alla razionalizzazione e semplificazione delle	Sono stati realizzati 2 incontri formativi per professionisti e associazioni di categoria sulla nuova modulistica registro imprese e sul deposito dei bilanci di esercizio.	-	100%

		procedure.			
	Raccordo con l'attività dell'Azienda Speciale per quanto concerne il SUAP	Raccordo con l'attività dell'Azienda Speciale per quanto concerne il SUAP	Sono stati realizzati 2 incontri in raccordo con l'Azienda Speciale con gli operatori del SUAP dei Comuni della Provincia.	-	100%
Sportello Unico Attività Produttive (PSUT): Prosecuzione delle azioni volte a mettere a regime il ricorso a procedure di semplificazione amministrativa alla luce degli sviluppi del DPR 15972010 e DPR 16072010. Messa a punto di modelli strumenti e metodologie esportabili. Coinvolgimento nell'attività del PSUT degli Enti terzi, delle	Numero Amministrazioni Locali coinvolte;	60	60	-	100%
	Numero seminari /incontri/gruppi di lavoro	7	10	+ 3	142%
	Numero contatti	350	871	+ 521	248%
	Implementazione software per i Comuni	Implementazione software per i Comuni	Implementato software Infocamere per i Comuni	-	100%

Allegato alla delibera della Giunta Camerale n. 6.28 del 20.06.2013

Associazioni di Categoria e degli Ordini Professionali.					
---	--	--	--	--	--

Linea Programmatica 2B: Competitività e attrattività del territorio.

Obiettivo operativo	Indicatore	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Grado (%) raggiungimento obiettivo
TURISMO: 1. Promozione del turismo con particolare riferimento a quello enogastronomico.	Numero strutture ricettive	90	89	-1	98,88%
2. Partecipazione a manifestazioni locali e regionali di promozione turistica ed altre iniziative a valenza turistica in compartecipazione ad altri Enti ed Organismi	Partecipazione alle manifestazioni previste 1. BTSA 2. Buy Lazio 3. Visituscia	Partecipazione alle manifestazioni previste 1. BTSA 2. Buy Lazio 3. Visituscia	Partecipazione alle 3 manifestazioni programmate. fieristiche	-	100%

3. Coordinamento della Promozione delle Feste del Vino, Castagna e Olio	Campagna di comunicazione unitaria diretta a superare il carattere localistico delle singole feste accentuando il coinvolgimento dei Comuni e delle imprese circa una partecipazione diretta.	Realizzazione di una campagna di comunicazione unitaria diretta a superare il carattere localistico delle singole feste accentuando il coinvolgimento dei Comuni e delle imprese circa una partecipazione diretta.	Realizzata una campagna di comunicazione unitaria diretta a superare il carattere localistico delle singole feste accentuando il coinvolgimento dei Comuni e delle imprese circa una partecipazione diretta.	-	100%
Contributi per il rilascio di certificazioni ed attestati di qualità	Revisione Bando erogazione dei contributi	Revisione Bando erogazione dei contributi	Adozione del nuovo disciplinare con determinazione del Segretario Generale n. 48 del 21.02.2012	-	100%
Promozione reti di impresa	Numero contratti di rete	2	Redatte e rese disponibili agli operatori 2 bozze di contratto di rete	-	100%
CREDITO: 1. Supporto al sistema creditizio tramite i Confidi attraverso il rifinanziamento e la gestione di un fondo rotativo di garanzia. Gestione di incontri finalizzati al raccordo fra Banche e Confidi al fine di ottimizzare il rapporto	Numero incontri di raccordo fra Banche e Confidi	3	3	-	100%
	Revisione della Convenzione di gestione del fondo rotativo con le integrazioni previste.	Revisione della Convenzione di gestione del fondo rotativo con le integrazioni previste.	Definita la nuova convenzione con i Confidi approvata con delibera di Giunta il 15.05.2012	-	100%

banca-impresa enfaticizzando l'attività dei Confidi quale cerniera fra i due soggetti.					
2. Misure di supporto delle imprese per le difficoltà legate ai ritardati pagamenti da parte delle Pubbliche Amministrazioni.	Misura di supporto delle imprese per le difficoltà legate ai ritardati pagamenti da parte delle Pubbliche Amministrazioni	Adozione della misura	Prevista nella nuova Convenzione una apposita misura a supporto delle imprese per le difficoltà derivanti dai ritardati pagamenti della P.A.	-	100%

Innovazione e Trasferimento Tecnologico: Operare prioritariamente in linea con gli indirizzi proposti da Unioncamere, anche nell'ambito delle iniziative del Fondo Perequativo, come facilitatori nel processo di comunicazione/diffusione delle tematiche afferenti alla Green Economy. In tale contesto e con il supporto di Università e strutture di ricerca, attivare iniziative specifiche di informazione, assistenza, promozione e formazione con l'obiettivo di consolidare la coscienza e conoscenza sui temi della sostenibilità ambientale prioritariamente da parte del sistema imprenditoriale. Prosecuzione, a favore del sistema locale delle imprese e futuri imprenditori, delle attività informative e di primo orientamento sulle opportunità di accesso a forme di finanza agevolata anche ricorrendo a specifiche professionalità con funzioni di supporto e allerting. Prosecuzione delle attività di supporto alle filiere corilicologico-castanicola attraverso l'attivazione di iniziative finalizzate ad incrementare la visibilità delle produzioni e dei processi di commercializzazione. Prosecuzione delle attività di divulgazione attraverso la pubblicazione del periodico Corylus & Co.	Numero Attività seminari sul tema della green economy	2	2	-	100%
	Numero imprese assistite sul tema della green economy	20	25	+5	125%
	Numero ore Summer School	40	36	-4	90%
	Numero imprese assistite sul tema della finanza agevolata	20	25	+5	125%
	Numero infonews	30	18	-12	60%
	Numero contributi scientifici raccolti per la rivista Corylus & Co.	10	10	-	100%
		28			

Allegato alla delibera della Giunta Camerale n. 6.28 del 20.06.2013

Responsabilità Sociale d'Impresa: proseguire nell'attività di sensibilizzazione, assistenza e consulenza alle imprese concorrendo alla diffusione dei temi della responsabilità sociale e favorendo la realizzazione di rendicontazioni sociali d'impresa	Numero imprese coinvolte sul tema della responsabilità sociale	20	25	+5	125%
Marchio Collettivo Tuscia Viterbese: 1. Realizzazione di eventi monotematici	Numero iniziative promozionali	3	4	+1	133%
2. Accentuare, anche attraverso accordi con aziende distributrici, la conoscenza, la distribuzione, la commercializzazione dei prodotti delle aziende licenziatrici. Porre inoltre in essere specifiche iniziative di promozione sia presso il canale della ristorazione sia ricorrendo all'uso del sito internet. Azioni tese a garantire il pieno rispetto dei disciplinari	Completamento del paniere agroalimentare-artigianato artistico	Completamento del paniere agroalimentare-artigianato artistico	Elaborati i disciplinari: Prodotti dell'Alta Tuscia e Nocciola dei Cimini	-	100%
	Revisione dei disciplinari	Revisione dei disciplinari	Revisionati i disciplinari dei Prodotti Caseari; Artitigianato Artistico; Ristorazione; Strutture Alberghiere e Aziende Agrituristiche	-	100%
	Numero imprese aderenti	+ 10% rispetto al dato 2011 (+ 17)	+ 19	+ 2	111,76%
	Numero imprese	30% (52)	42	- 10	80,76%

approvati e relativa fase di controllo. Azioni tese a garantire migliori risultati gestionali e commerciali delle imprese licenziatarie anche attraverso la realizzazione di momenti formativi individuali e collettivi. Gestione strutturale (manutenzione ed utenze) del locale dedicato alla promozione dei prodotti a marchio Tuscia Viterbese (ex chiesa San Salvatore di Piazza san Carluccio).	licenziatarie verificate Numero incontri con i licenziatari Implementazione del sito web con funzione di vetrina promozionale per le imprese licenziatarie	20 Implementazione del sito web con funzione di vetrina promozionale per le imprese licenziatarie	20 Revisionato il sito www.tusciaviterbese.it	- -	100% 100%
Sostegno ad iniziative di Enti ed Organismi diversi per la valorizzazione del territorio: 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	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 con erogazione di € 75.468 nei seguenti ambiti: turismo integrato e animazione territoriale, agroalimentare e rurale, imprenditorialità e attività produttive	-	100%

territorio, appunto, e dei prodotti.					
Quote associative a strutture di promozione locale e nazionale	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
Orientamento Alternanza Scuola Lavoro: Realizzazione, nell'ambito dell'iniziativa di sistema promossa da Unioncamere nazionale, di interventi di "cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie, in materia di alternanza scuola-lavoro e per l'orientamento al lavoro e alle professioni", in attuazione dell'art. 2, comma 2, lettera n), del D.Lgs. 23/2010.	Numero Pubblicazioni sui risultati della ricerca inerente i fabbisogni di formazione e competenze sul mercato del lavoro	1	1	-	100%
	Numero ITS partecipati a livello di organi di	1	2	+1	150%

In tale ambito le iniziative, che hanno già preso avvio nel corso dell'anno 2011, vedranno lo sviluppo e completamento delle tre distinte macro azioni proposte da Unioncamere, ovvero: - <i>Laboratori territoriali per la promozione, la diffusione e lo sviluppo di nuove iniziative in materia di Istruzione Tecnica Superiore e cultura tecnico-scientifica</i> - <i>Programma di cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie per la promozione di stage ed esperienze formative in alternanza nei contesti internazionali e transnazionali</i> - <i>Cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie per l'orientamento al lavoro e alle professioni (Giornata del Lavoro, nuovi strumenti e servizi)</i> Prosecuzione dell'attività di diffusione delle iniziative di Universitas Mercatorum	governo				
	Numero percorsi di orientamento	4	4	-	100%
	Numero percorsi A.S.L. attivati	1	1	-	100%
	Attività di sensibilizzazione e ricerca utenti e aziende disponibili a ospitare tirocinanti	Attività di sensibilizzazione e ricerca utenti e aziende disponibili a ospitare tirocinanti	Organizzati 8 incontri con la partecipazione di 21 aziende del territorio e dei rappresentanti delle Fondazioni ITS per illustrare le caratteristiche degli ITS e raccogliere la disponibilità delle stesse a ospitare gli allievi in stage.	-	100%
	Realizzazione di una giornata da inquadrare all'interno dell'iniziativa a carattere nazionale, dedicata al lavoro	1	1	1	100%

finalizzate a favorire la crescita culturale degli occupati nel settore pubblico e privato locale.	Web, mail, produzione e diffusione di materiale informativo ai potenziali fruitori di Universitas Mercatorum	Comunicazioni web, mail, produzione e diffusione di materiale informativo ai potenziali fruitori di Universitas Mercatorum	Comunicazioni web, mail, produzione e diffusione di materiale informativo ai potenziali fruitori di Universitas Mercatorum	-	100%
Premio Progresso Economico: gestione attività inerenti l'indizione di un bando.	Realizzazione Premio Progresso Economico	Realizzazione Premio Progresso Economico	Realizzato e gestito il Bando Premio Progresso Economico	-	100%
Imprenditoria Femminile	Iniziative formative ed informative ed altre iniziative da definire a seguito del rinnovo del Comitato per l'imprenditoria femminile	Iniziative formative ed informative ed altre iniziative da definire a seguito del rinnovo del Comitato per l'imprenditoria femminile	Realizzato un incontro sul tema: la scrittura è un'impresa?	-	100%

Sostegno e Promozione d'impresa: Azioni concrete di supporto per lo sviluppo delle nuove e giovani imprese e per la crescita e consolidamento di quelle "mature". Il processo si svilupperà, in continuità rispetto a quanto già attuato negli anni precedenti, attraverso la realizzazione di iniziative di assistenza e tutoraggio personalizzate (incontri one to one) e di incontri seminariali/plenari	Numero Aziende Assistite	45	64	+19	142,22%
	Numero Aziende Monitorate	9	12	+3	133,33%
	Numero aziende inserite nel progetto	45	46	+1	102,22%
	Giornate/Uomo impiegate in attività di sostegno	50	52	+2	104%

finalizzati a consentire il trasferimento di conoscenze e metodologie gestionali prioritariamente sui seguenti versanti: amministrazione e controllo di gestione; finanza d'impresa; marketing strategico e gestionale; internazionalizzazione, commercializzazione e sviluppo delle tecniche di vendita; organizzazione e gestione delle risorse umane; innovazione e trasferimento delle conoscenze. 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 ai soli fini di valutare le	Ore di assistenza personalizzata e plenaria alle imprese	400	414	+14	103,5%
--	---	------------	------------	------------	----------------------

dinamiche dell'attività imprenditoriale suggerendo alla stessa, se necessario, gli idonei correttivi.					
---	--	--	--	--	--

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
Internazionalizzazione: 1. Iniziative di valorizzazione delle peculiarità locali sui mercati della Russia, della Cina, India, Canada, Stati Uniti: in raccordo con i programmi di sistema a livello regionale e nazionale in collaborazione con le Camere di Commercio	Gestione della presenza delle imprese nei Paesi definiti in sede di programmazione o di incontri di incoming, secondo le modalità da individuare in raccordo con i programmi di sistema a livello regionale e nazionale. Gestione di una presenza a Los	Gestione della presenza delle imprese nei Paesi definiti in sede di programmazione o di incontri di incoming, secondo le modalità da individuare in raccordo con i programmi di sistema a livello regionale e nazionale. Gestione di una presenza a Los	Gestite tutte le iniziative programmate con particolare riguardo al Tuscia Opera Festival.	-	100%

Italiane all'estero in particolare un progetto di presenza in California del settore agroalimentare con la CCIE di Los Angeles e Tuscia Opera Festival	Angeles per il settore agroalimentare in collaborazione con Tuscia Opera Festival	Angeles per il settore agroalimentare in collaborazione con Tuscia Opera Festival			
2. Rafforzamento del raccordo e della promozione dei rapporti con Bruxelles	Predisposizione di un progetto da presentare a Bruxelles	1	1	-	100%
3. Consolidamento dei servizi dello Sportello Sprint Lazio	Numero dei contatti con le imprese	86	96	+10	111,62%
4. Attrazione di imprese "matricole" nei percorsi di internazionalizzazione in provincia di Viterbo	Numero imprese matricole tutorate	8	6	-2	75%
Promozione dell'agroalimentare: 1. Gestione e supporto delle certificazioni agroalimentari di qualità	Controlli sulle certificazioni agroalimentari di qualità in conformità a quanto previsto dai Piani di controllo	Puntuale realizzazione dei controlli sulle certificazioni agroalimentari di qualità in conformità a quanto previsto dai Piani di controllo	Sono stati adottati i nuovi piani di controllo per le DOP Olio Canino e Tuscia e sono state completate le visite ispettive della campagna 2011-2012	-	100%

2. Valorizzazione dei prodotti tipici tramite la gestione diretta o indiretta di iniziative locali ovvero attraverso forme di contribuzione ad iniziative di Enti locali.	Contributi 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.	-	100%
3. Costituzione di strutture consortili finalizzate alla tutela, valorizzazione e commercializzazione dei prodotti certificati	Costituzione di strutture consortili	Azioni di supporto alla costituzione di strutture consortili	Realizzati incontri con i produttori e le Associazioni di Categoria per discutere la costituzione di strutture consortili. E' stata redatta una bozza di statuto dei possibili consorzi di tutela per le DOP Canino e Tuscia.	-	100%
4. Supporto alle iniziative di controllo delle produzioni agricole di qualità	Numero campioni di olio, vino, nocciola e castagna, prelavati	130	105	-25	80,77%

Manifestazioni Fieristiche Nazionali: Gestione della presenza delle imprese a manifestazioni fieristiche nazionali: - Vinitaly di Verona - Moa Casa - Salone del Gusto	Assistenza e raccordo tra imprese e buyer	Realizzazione, assistenza e raccordo tra imprese e buyer	Gestita la partecipazione alle manifestazioni fieristiche programmate.	-	100%
GAL e Politiche Distrettuali: Attività di raccordo e di coordinamento dell'azione dei GAL	Gestione dei rapporti con i rappresentanti dei GAL ai fini del raccordo delle attività	Gestione dei rapporti con i rappresentanti dei GAL ai fini del raccordo delle attività	Gestite le riunioni e gli incontri tra i responsabili dei GAL, parte privata e vertici amerali/Associazioni di categoria ai fini dell'armonizzazione degli interventi e della tempistica in coerenza con quanto indicato dalla Giunta Camerale.	-	100%

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

Obiettivo operativo	Indicatore	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Grado (%) raggiungimento obiettivo
Servizio “Conciliazione”: Gestione delle pratiche con particolare riferimento a quelle afferenti il decreto Lgs.vo 28/2010 che prevede l’obbligatorietà del tentativo di conciliazione quale condizione di procedibilità per la presentazione della domanda giudiziale con riferimento a specifiche tematiche.	Adempimenti connessi alle disposizioni legislative in materia di conciliazione al fine di rispettare i vincoli di tempo e di procedura imposti	Puntuale gestione degli adempimenti connessi alle disposizioni legislative in materia di conciliazione al fine di rispettare i vincoli di tempo e di procedura imposti	Puntuale gestione degli adempimenti connessi alle disposizioni legislative in materia di conciliazione al fine di rispettare i vincoli di tempo e di procedura imposti	-	100%
Valorizzazione delle funzioni metriche e delle attività di controllo sui prodotti: A livello nazionale è stato promosso un progetto diretto a realizzare verifiche nell’ambito della metrologia, sicurezza dei prodotti ed etichettatura moda. L’Ente camerale sarà impegnato a realizzare le verifiche previste dal progetto di sistema.	Numero verifiche metriche	1400	2016	+616	144%

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

Obiettivo operativo	Indicatore	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Grado (%) raggiungimento obiettivo
Analisi Economiche e Osservatorio	Realizzazione POLOS	Realizzazione POLOS	Realizzazione POLOS	-	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
Estensione rete Intranet all'Azienda Speciale	Rete intranet all'Azienda Speciale	Estensione della rete intranet all'Azienda Speciale	Definitiva estensione della rete intranet all'Azienda Speciale	-	100%
Call center registro delle imprese: Gestione del servizio di Call Center Registro delle imprese al fine di migliorare l'efficienza dei processi e la relazione con l'utenza	Numero Contatti	6590	6281	- 309	95,31%

Linea Programmatica 4B: Automazione dei servizi

Obiettivo operativo	Indicatore	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Grado (%) raggiungimento obiettivo
Gestione automatizzata dei flussi documentali: Cura degli adempimenti connessi all'attuazione delle disposizioni del Codice dell'Amministrazione Digitale con riferimento al documento informatico e relativa fascicolazione	Puntuale attuazione della disciplina in materia di pubblicità legale attraverso la gestione dell'albo on-line	Puntuale attuazione della disciplina in materia di pubblicità legale attraverso la gestione dell'albo on-line	Realizzazione dell'Albo On Line e Pubblicazione atti a norma di legge	-	100%
	Redazione di un progetto per l'avvio della gestione documentale in formato digitale a norma di legge	Redazione di un progetto per l'avvio della gestione documentale in formato digitale a norma di legge	Rinviata la redazione del progetto alle implementazioni informatiche di Infocamere in materia di gestione integrata del protocollo e dei flussi documentali.	100	0%

Obiettivo operativo	Indicatore	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Grado (%) raggiungimento obiettivo
Comunicazione: 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%

INDICE DI REALIZZAZIONE DEI PROGRAMMI			
PROGETTO	IMPORTO STANZIATO	IMPORTO PRENOTATO	% DI SPESA
Focus Impresa e lavoro	L'iniziativa non comporta oneri a valere sugli interventi economici		
Funzioni associate	L'iniziativa non comporta oneri a valere sugli interventi economici		
Semplificazione registro Imprese	5.960,00	2.450,00	41,11%
Premio Fedeltà al lavoro artigiano	4.040,00	3.855,00	95,42%
Promozione del turismo con particolare riferimento a quello enogastronomico	51.000,00	47.325,93	92,80%
Partecipazione a manifestazioni locali e regionali di promozione turistica ed altre iniziative a valenza turistica in compartecipazione ad altri Enti ed Organismi	52.000,00	52.000,00	100%
Coordinamento della Promozione delle feste del vino, Castagna e Olio	74.000,00	74.000,00	100%
Contributi per il rilascio di certificazioni ed attestati di qualità	245.000,00	193.082,23	78,81%
Promozione reti di impresa	39.752,00	39.752,00	100%
Supporto al sistema creditizio tramite i Confidi	400.000,00	400.000,00	100%
Misure a supporto delle imprese per le difficoltà legate ai ritardati pagamenti da parte delle Pubbliche Amministrazioni	50.000,00	50.000,00	100%

PROGETTO	IMPORTO STANZIATO	IMPORTO PRENOTATO	% DI SPESA
Marchio Collettivo Tuscia viterbese - Eventi monotematici	31.000,00	31.000,00	100%
Sostegno ad iniziative di Enti ed organismi diversi per la valorizzazione del territorio	91.000,00	75.467,66	82,93%
Quote associative a strutture di promozione locale e nazionale	32.000,00	30.338,83	94,81%
Realizzazione Premio Progresso Economico	6.000,00	1.222,00	20,37%
Imprenditoria femminile	5.000,00	1.298,80	25,98%
Iniziative di valorizzazione delle peculiarità locali sui mercati esteri	39.019,95	19.140,26	49,05%
Rafforzamento del raccordo e della promozione dei rapporti con Bruxelles	16.980,00	16.980,00	100%
Consolidamento dei servizi dello Sportello Sprint Lazio	5.000,00	2.981,00	59,62%
Attrazione di imprese "matricole" nei percorsi di internazionalizzazione in provincia di Viterbo	15.000,00	13.915,00	92,77%
Certificazioni agroalimentari di qualità	7.000,00	4.840,00	69,14%
Promozione dell'agroalimentare	15.000,00	15.000,00	100%
Costituzione di strutture consortili finalizzate alla tutela, valorizzazione e commercializzazione dei prodotti certificati	L'iniziativa non comporta oneri a valere sugli interventi economici		
Manifestazioni fieristiche nazionali	160.000,00	115.756,30	72,35%
GAL e Politiche Distrettuali	L'iniziativa non comporta oneri a valere sugli interventi economici		

Servizio "Conciliazione"	L'iniziativa non comporta oneri a valere sugli interventi economici		
Valorizzazione delle funzioni metriche e delle attività di controllo sui prodotti	L'iniziativa non comporta oneri a valere sugli interventi economici		
Analisi Economiche e Osservatorio	50.000,00	43.681,15	87,36%
Sviluppo di funzioni per le Camere di Commercio in materia ambientale	18.100,00	18.100,00	100%
Estensione rete Intranet all'Azienda Speciale	L'iniziativa non comporta oneri a valere sugli interventi economici		
Call Center Registro delle Imprese	40.000,00	40.000,00	100%
Gestione automatizzata dei flussi documentali	L'iniziativa non comporta oneri a valere sugli interventi economici		
Comunicazione	55.000,00	55.000,00	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*

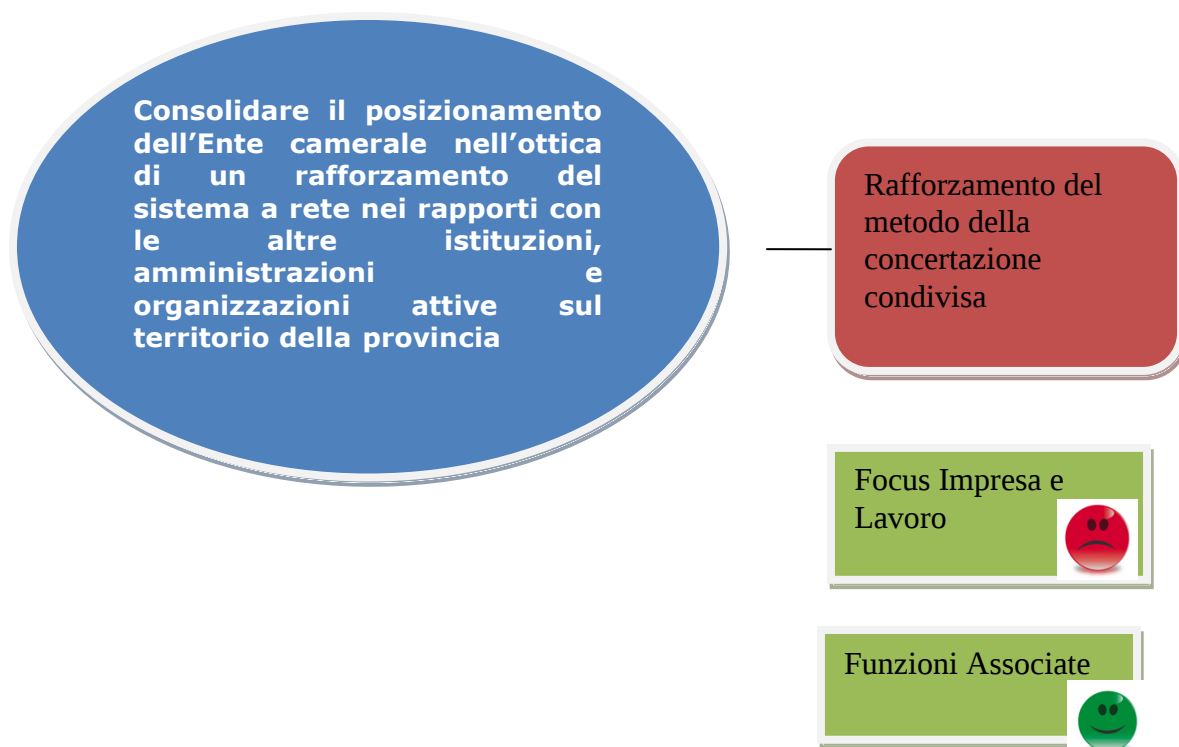
Mission: Accompagnare le imprese nella crescita economica

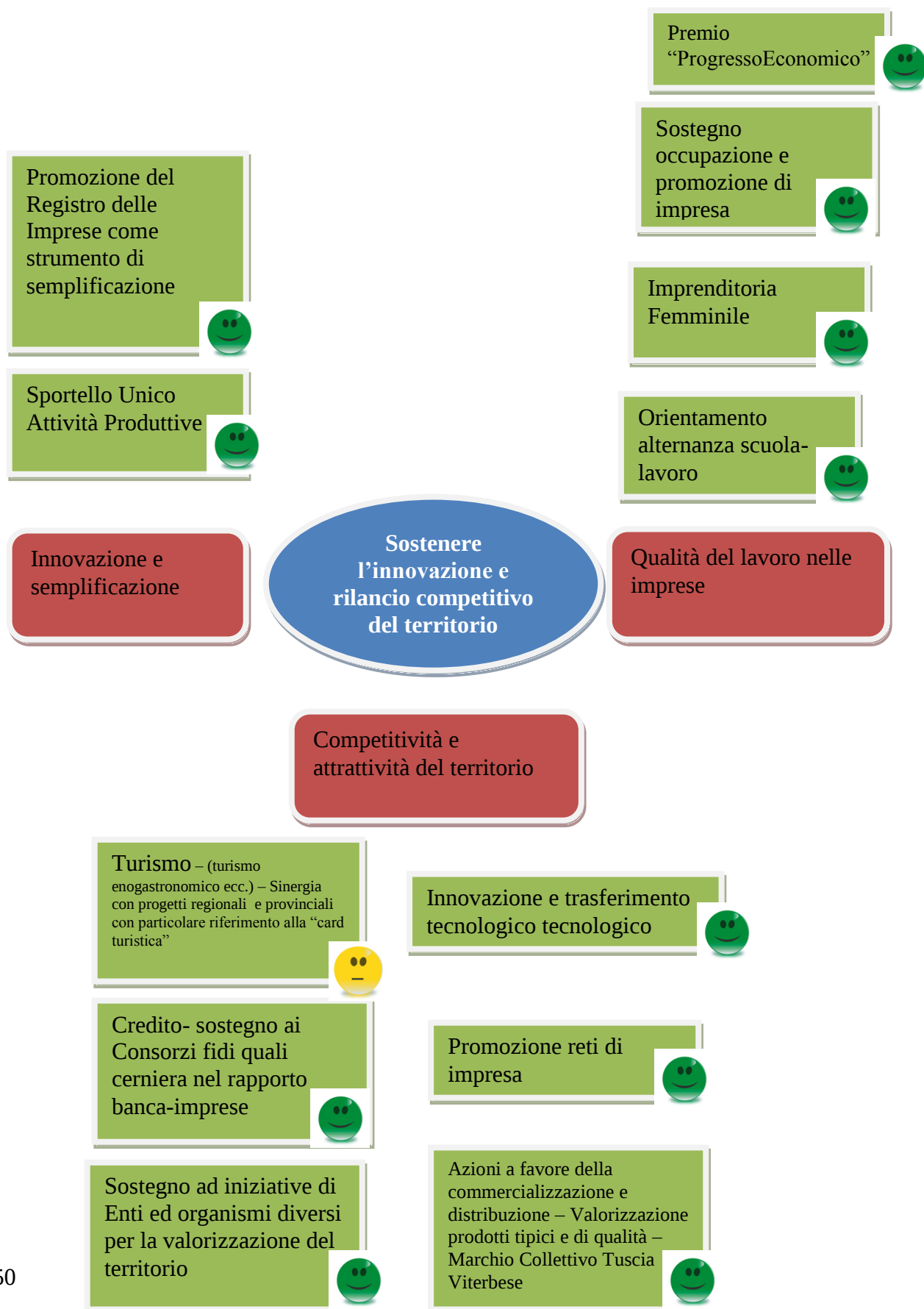
Consolidare il posizionamento dell'Ente camerale nell'ottica di un rafforzamento del sistema rete nei rapporti con le altre istituzioni, amministrazioni e organizzazioni attive sul territorio della provincia

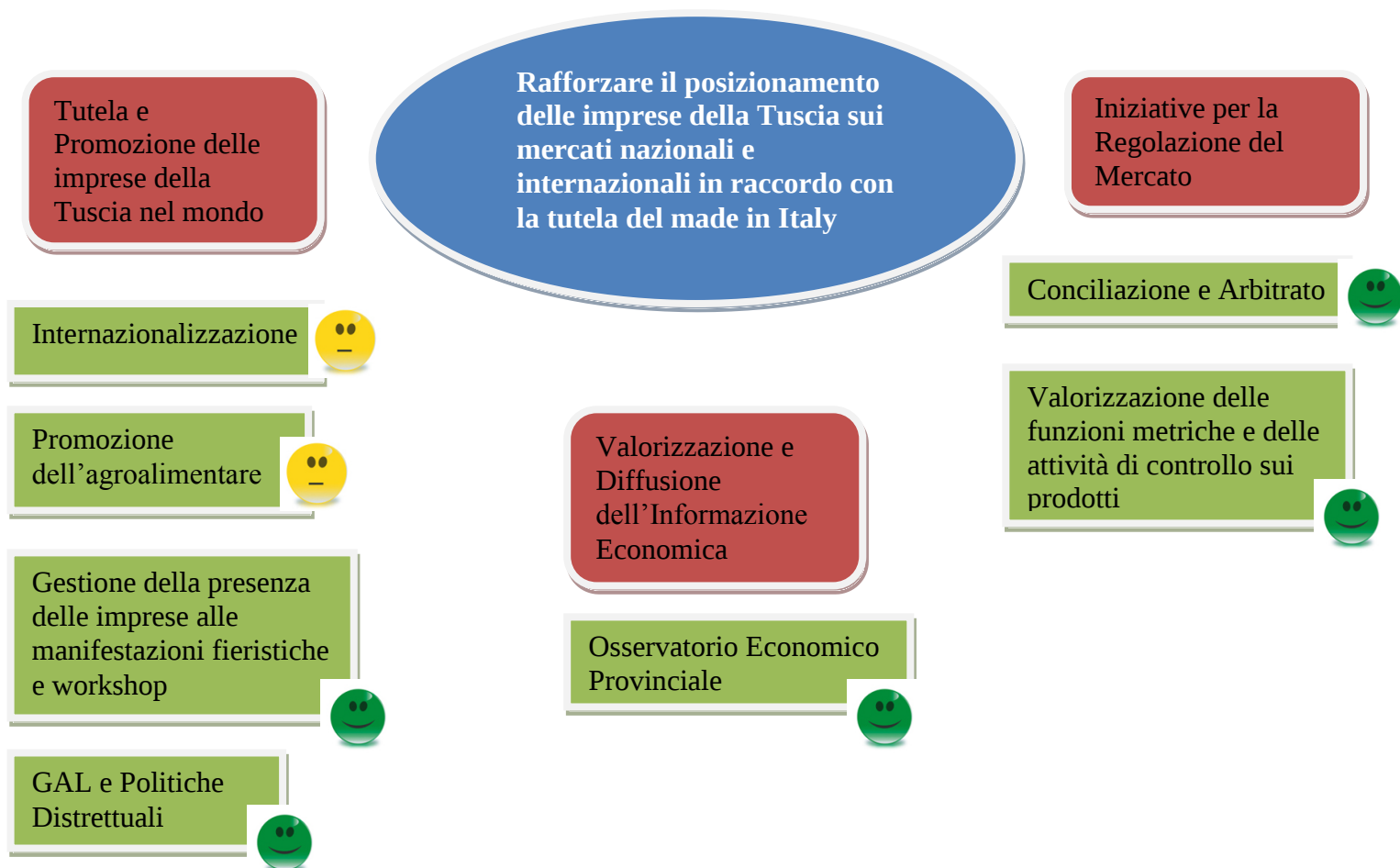
Sostenere l'Innovazione e il rilancio competitivo del territorio

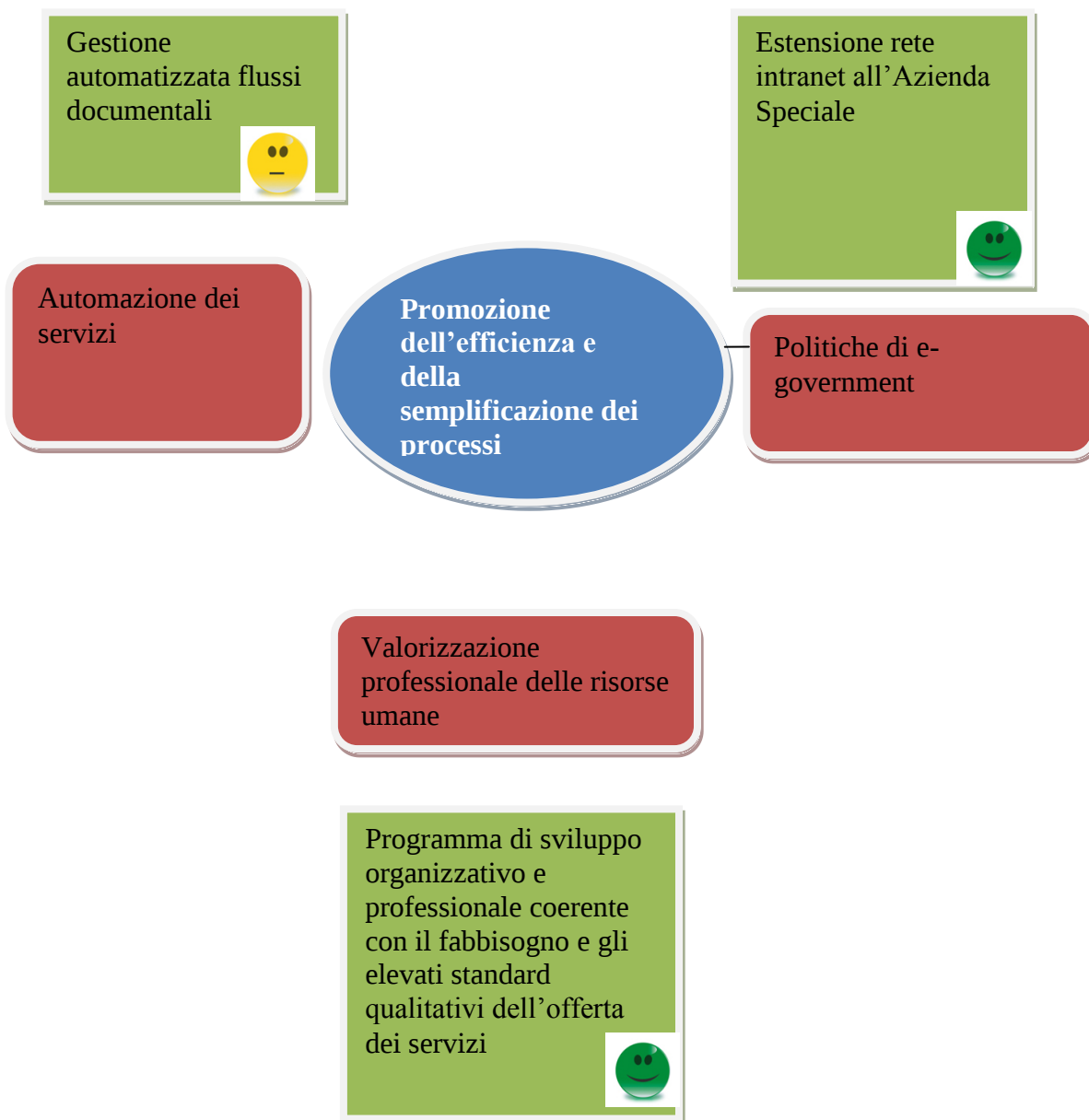
Rafforzare il posizionamento delle imprese della Tuscia sui mercati nazionali e internazionali in raccordo con la tutela del made in Italy

Promuovere l'efficienza e la semplificazione dei processi interni









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.

Ai fini della 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 e non titolare di Posizione Organizzativa viene espresso un giudizio complessivo in cui si evidenziano le seguenti aree di valutazione:

a. Comportamento Organizzativo

La valutazione del comportamento organizzativo si basa su 4 fattori che costituiscono altrettante dimensioni di svolgimento della prestazione professionale:

1. Rendimento quantitativo/qualitativo
2. Integrazione personale nell'organizzazione
3. Capacità organizzative e di gestione

b. Livello della Prestazione

La valutazione del livello della prestazione di realizza sulla base di 2 fattori:

1. Raggiungimento degli obiettivi, con cui si intende il grado di raggiungimento degli obiettivi individuali predeterminati ovvero la valutazione del rendimento e dell'apporto individuale legati al raggiungimento di specifici obiettivi collettivi.
2. Risultati ottenuti (valutato solo per la categoria D). Con questo fattore si valutano i risultati raggiunti sul piano delle competenze organizzative e dello svolgimento delle funzioni oggetto della propria attività lavorativa, indipendentemente dal rendimento nei singoli obiettivi assegnati. In particolare si valutano il coinvolgimento nei processi amministrativi, la capacità di adattamento ai mutamenti organizzativi, la capacità di prendere decisioni in modo autonomo a fronte di condizioni impreviste.

L'Ente ha adottato specifici regolamenti per la valutazione della Dirigenza e del personale incaricato di posizioni organizzative ed alte professionalità.

Alla luce del sistema permanente di valutazione sopra descritto, pur risultando completamente raggiunti gli obiettivi individuali in termini quantitativi assoluti, come risulta dalle tabelle sotto indicate, la valutazione complessiva del personale è ponderata e differenziata in base a vari elementi di giudizio inerenti l'apporto individuale ed il rendimento legato al raggiungimento degli obiettivi stessi:

- Iniziativa personale;
- Rendimento quantitativo e qualità della prestazione;
- Flessibilità nello svolgimento dell'attività legata all'obiettivo;
- Capacità di gestione delle relazioni con i colleghi, collaborazione ed integrazione organizzativa nell'ambito dello svolgimento dell'obiettivo.

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	30	28

OBIETTIVI INDIVIDUALI ASSEGNATI AI DIRIGENTI

	Valore Assoluto	Valore %
Obiettivi dei dirigenti con target raggiunto	14	100%
Obiettivi dei dirigenti con target parzialmente raggiunto	0	0
Obiettivi dei dirigenti con target non raggiunto	0	0
Obiettivi totali assegnati ai dirigenti	14	100%

OBIETTIVI INDIVIDUALI ASSEGNATI ALLE P.O.

	Valore Assoluto	Valore %
Obiettivi delle P.O. con target raggiunto	30	100%
Obiettivi delle P.O. con target parzialmente raggiunto	-	-
Obiettivi delle P.O. con target non raggiunto	-	-
Obiettivi totali assegnati alle P.O.	30	100%

OBIETTIVI INDIVIDUALI ASSEGNATI AL PERSONALE

	Valore Assoluto	Valore %
Obiettivi del personale con target raggiunto	150	96%
Obiettivi del personale con target parzialmente raggiunto	6	4%
Obiettivi del personale con target non raggiunto	-	-
Obiettivi totali assegnati al personale	156	100%

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

	Valore Assoluto	Valore %
Obiettivi assegnati all'Area con target raggiunto	33	100%
Obiettivi assegnati all'Area con target parzialmente raggiunto	-	-
Obiettivi assegnati all'Area con target non raggiunto	-	-
Obiettivi totali assegnati assegnati all'Area	33	100%

**OBIETTIVI INDIVIDUALI ASSEGNATI ALL'AREA ORGANIZZATIVA B
PROMOZIONE E REGOLAZIONE DEL MERCATO**

	Valore Assoluto	Valore %
Obiettivi assegnati all'Area con target raggiunto	49	100%
Obiettivi assegnati all'Area con target parzialmente raggiunto	-	-
Obiettivi assegnati all'Area con target non raggiunto	-	-
Obiettivi totali assegnati assegnati all'Area	49	100%

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

	Valore Assoluto	Valore %
Obiettivi assegnati all'Area con target raggiunto	33	85%
Obiettivi assegnati all'Area con target parzialmente raggiunto	6	15%
Obiettivi assegnati all'Area con target non raggiunto	-	-
Obiettivi totali assegnati assegnati all'Area	39	100%

OBIETTIVI INDIVIDUALI ASSEGNATI AGLI UFFICI DI STAFF

	Valore Assoluto	Valore %
Obiettivi assegnati all'Area con target raggiunto	35	100%
Obiettivi assegnati all'Area con target parzialmente raggiunto	-	-
Obiettivi assegnati all'Area con target non raggiunto	-	-
Obiettivi totali assegnati all'Area	35	100%

4 RISORSE EFFICIENZA ED ECONOMICITÀ

Si evidenziano alcuni indici che meglio illustrano l'attività gestionale dell'anno 2012:

Indicatore	Rapporti	Valori al 31.12.2011	Valori al 31.12.2012
Autonomia finanziaria	oneri correnti al netto fondo perequativo/proventi correnti al netto contributo rigidità	1,04	1,06
Incidenza del personale	oneri personale/proventi correnti	36,88	36,83
Efficienza organizzativa	oneri funzionamento/proventi correnti	23,16	26,64
Efficienza produttiva 1	interventi economici/proventi correnti	21,27	22,61
	ammortamento e accantonamenti/proventi correnti	18,81	21,82
Efficienza produttiva 2	oneri investimenti/proventi correnti	1,43	1,59
Efficienza produttiva 3	oneri promozionali e investimenti/imprese attive sedi su base 1000	55.025,47	58.201,08
Dimensionamento Organico	personale in servizio di ruolo/imprese attive	1,57	1,71

Dall'analisi di tali indici si evince come gli oneri correnti siano risultati superiori ai proventi correnti; tale evento è in linea con le indicazioni ministeriali e con le finalità dell'Ente stesso che, per legge, è deputato allo sviluppo del sistema imprenditoriale utilizzando anche le risorse derivanti dalle precedenti gestioni. E' di tutta evidenza come l'Ente camerale abbia posto particolare attenzione al contenimento dei costi di struttura relativamente ai costi del personale nonché ai costi di funzionamento che, tuttavia presentano un incremento dovuto sia agli oneri per l'attività commerciale ma soprattutto per l'incremento dei costi relativi ad imposte e tasse (IMU) e ai costi relativi ad alcune sanzioni amministrative, nonché al contributo straordinario riconosciuto alle imprese dell'Emilia Romagna colpite dal terremoto del maggio 2012.

Infatti per quanto riguarda il costo del personale la riduzione dell'indice è pari allo 0,05% mentre i costi di funzionamento, per effetto delle considerazioni sopra esposte presentano un incremento del 3,48%.

L'ente ha incrementato le risorse da destinare al sistema delle imprese (rapporto tra interventi e proventi correnti) con un aumento, rispetto al 2011, dell'1,34%.

La riduzione del grado di riscossione del diritto annuale oltre che ad una riduzione dei proventi per fatturato delle imprese, si può ricondurre alla sfavorevole congiuntura economica.

Questa difficoltà delle imprese si è ripercossa anche nel grado di riscossione dei crediti tramite la procedura coattiva che ha reso necessario, nel rispetto del principio di prudenza, accantonare un fondo svalutazione crediti più elevato rispetto alla percentuale del 2011 (75%) di un ulteriore 3%, portando l'accantonamento al 78% del credito 2012.

L'incremento dell'indice relativo agli investimenti (efficienza produttiva 2) è strettamente collegato alla necessità di porre in essere degli interventi di manutenzione straordinaria dell'immobile di proprietà camerale al fine di allineare la situazione strutturale ai requisiti previsti dal D.Lgs. 81/2008 (Testo Unico in materia di sicurezza sui luoghi di lavoro) nonché mantenere in piena efficienza l'immobile stesso. Gli interventi infatti hanno riguardato esclusivamente una manutenzione di tipo conservativo.

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
Dirigente	2	1
cat. D3	0	5
cat. D1	4	10
cat. C	19	15
cat. . B3	1	0
cat. B1	0	0
cat. A	1	1
TOTALE	27	32
VALORE %	46%	54%

Composizione personale titolare di posizione organizzativa o alta professionalità:

	Uomini	Donne
totale	1	9
VALORE %	10%	90%

Composizione personale per fasce di età:

Categoria	Uomini	Donne
fino a 30 anni	0	0
30-34 anni	1	2
35-39 anni	8	5
40-44 anni	2	9
45-49 anni	3	5
50-54 anni	4	4
55-59 anni	7	6
60-64 anni	2	1
65 e oltre	0	0
TOTALE	27	32

Formazione: ore di formazione fruite dal personale

	Nr. di persone		Ore annue per persona/ media	
	Donne	Uomini	Donne	Uomini
Dirigenti	1	2	18	84
Posizioni organizzative/alte professionalità	4	1	30	6
Altro personale di ruolo (escluse posizioni organizzative/alte prof.)	13	18	15	12
Altri dipendenti (personale comandato e a tempo determinato)	8	3	11	16
Totale	26	24	74	118

6 IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE

6.1. Fasi, soggetti, tempi e responsabilità

I FASE – Maggio 2013

Analisi della normativa e delle linee guida 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 2013

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 Statistica (Dott.ssa Ghitarrari Federica – Dirigente);
2. Area Promozione e Regolazione del Mercato (Dott. Francesco Monzillo – Segretario Generale e Dirigente d'Area);
3. Area Anagrafico Certificativa (Dott. Marco Faregna – Dirigente);
4. Staff Controllo di Gestione (Dott.ssa Daniela Camera – Responsabile dello Staff);
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 2013

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 – 20.06.2013

Approvazione della Relazione sulla performance

Soggetto responsabile dell'approvazione: Giunta Camerale

Delibera n. 6.28 del 20.06.2013

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)	25/01/2012 (Delibera di Giunta n. 1.4)
Programma triennale per la trasparenza e l'integrità	20/02/2012 (Delibera di Giunta n. 2.16)	12/03/2013 (Delibera di Giunta n. 3.11)
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, 20.06.2013

Il Segretario Generale
Dott. Francesco MONZILLO

