

PIANO DEGLI INDICATORI E DEI RISULTATI ATTESI DI BILANCIO

Il presente Piano costituisce un allegato al Bilancio di previsione 2017 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:

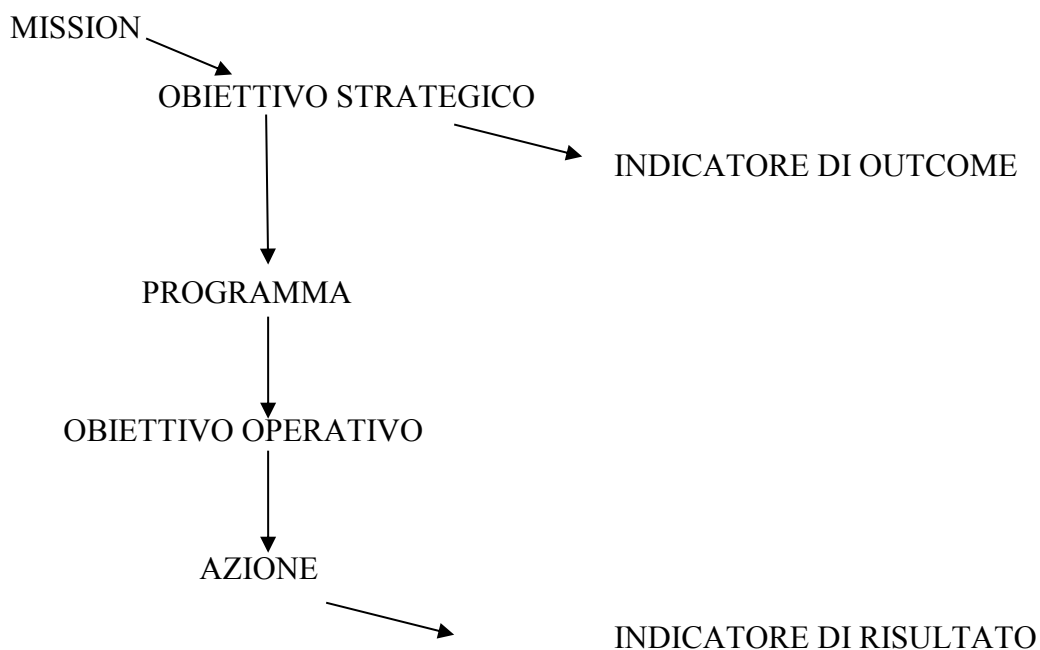
- a) I programmi di spesa,
- b) Gli obiettivi prefissati;
- c) I portatori di interesse;
- d) I centri di responsabilità al quale è attribuita la realizzazione di ciascun obiettivo;
- e) Un numero di indicatori che consenta di misurare ciascun obiettivo;
- f) Valore target degli indicatori;
- g) Risorse 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. 106/3388 del 18/11/2016 sono stati definiti gli indicatori strategici pluriennali ed i programmi da attuare per l’anno 2017 corredati dei relativi target di risultato. Tali programmi ed indicatori vengono dettagliati nel presente Piano procedendo nel contempo ad operare un raccordo tra le mission previste dal MiSE 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 2017 a cui si rinvia.

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, nel 2017, 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 i prossimi anni saranno caratterizzati da profondi cambiamenti, spesso radicali, delle attività e dei programmi camerali che dovranno essere riorientati in funzione delle competenze delle nuove Camere di Commercio.

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

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

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

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

LINEE PROGRAMMATICHE

MISSIONE 032 "SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE"

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

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

**MISSIONE 032 “SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE
AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”
1B) PROMOZIONE DELL’EFFICIENZA E SEMPLIFICAZIONE DEI PROCESSI
INTERNI.**

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

2) COMPETITIVITA’ DEL TERRITORIO

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

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

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

Allegato F Atto del Consiglio n. 108/341 del 20/12/2016

LINEE PROGRAMMATICHE:

MISSIONE 032 “SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE

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

MISSIONE 012 “REGOLAZIONE DEI MERCATI”

2B) SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA

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

MISSIONE 011 “COMPETITIVITÀ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”

2C) MARKETING TERRITORIALE

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

MISSIONE 011 “COMPETITIVITÀ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”

2D) QUALITÀ DEL LAVORO NELLE IMPRESE

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

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

3) COMPETITIVITA’ DELLE IMPRESE

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

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

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

LINEE PROGRAMMATICHE:

**MISSIONE 016” COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE
DEL SISTEMA PRODUTTIVO”**

MISSIONE 032 “ COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”

**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

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

Allegato F Atto del Consiglio n. 108/341 del 20/12/2016

Numero imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione promosse dalla Camera di Commercio	Incremento del 20% del numero delle imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione realizzate dall'Ente rispetto al 2014.
---	--

MISSIONE 012" REGOLAZIONE DEI MERCATI"

3B) INIZIATIVE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO

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

INDICATORI DI RISULTATO

MISSIONE:011 COMPETITIVITA' DEL TERRITORIO						
LINEA PROGRAMMATICA: CONSOLIDAMENTO E SVILUPPO DI SINERGIE INTERISTITUZIONALI UTILI PER LA PROMOZIONE E LA CRESCITA ECONOMICO-SOCIALE DEL TERRITORIO						
AZIONE: TURISMO						
Indicatore	Tipologia	Unita' di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento dei soggetti istituzionali che a livello locale si occupano di lavoro e formazione	Quantità	N	N. iniziative da realizzare nell'anno	Rilevazione della Camera	La capacità di aggregazione territoriale della Camera	Realizzazione di almeno 1 evento di promozione delle misure volte a favorire l'inserimento ed il reinserimento dei lavoratori; Gestione di almeno 3 incontri di programmazione e condivisione con gli attori coinvolti. Realizzazione di una banca dati comune per la divulgazione di iniziative

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

Allegato F Atto del Consiglio n. 108/341 del 20/12/2016

MISSIONE:011 COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE						
LINEA PROGRAMMATICA: MARKETING TERRITORIALE						
AZIONE: COORDINAMENTO FESTE DEL VINO CASTAGNA E OLIO						
Indicatore	Tipologia	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Rafforzamento dell'attività di comunicazione	Qualità	n	N. incontri di presentazione e delle feste	Rilevazione e della Camera	La capacità di aggregazione e dell'Ente	Organizzazione di n. 3 incontri di presentazione delle feste dei prodotti

MISSIONE:011 COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE						
LINEA PROGRAMMATICA: MARKETING TERRITORIALE						
AZIONE: TURISMO						
Indicatore	Tipologia	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento del tessuto imprenditoriale locale	Quantità	N.	N. imprese coinvolte nelle iniziative di supporto e promozione del turismo	Rilevazione e della Camera	Il numero di imprese coinvolte	Coinvolgimento di almeno 60 imprese nelle iniziative di supporto e promozione del turismo
Livello di formazione specialistica	Quantità	N.	N. iniziative formative di settore	Rilevazione e della Camera	Il numero di iniziative formative da realizzare	Realizzazione di almeno 1 iniziativa
Livello di promozione del patrimonio culturale, artistico e naturalistico e delle peculiarità e tipicità enogastronomiche	Quantità	N.	N. eventi di promozione turistica organizzati direttamente e dalla Camera di Commercio	Rilevazione e della Camera	La capacità organizzativa e promozionale della Camera	Realizzazione di almeno 2 iniziative di promozione turistica

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

Allegato F Atto del Consiglio n. 108/341 del 20/12/2016

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 2017/n. imprese aderenti anno 2016	Rilevazione della Camera	La percentuale di incremento delle imprese coinvolte nel progetto	Inserimento di almeno 10 nuove imprese in qualità di licenziatrici o affiliate al marchio collettivo Tuscia viterbese
Tasso di realizzazione di verifiche sul rispetto dei disciplinari	Efficienza	%	N. imprese licenziatrici controllate nell'anno/N. imprese licenziatrici totali	Rilevazione della Camera	La percentuale di controlli effettuati sul totale delle imprese licenziatrici	Realizzazione di almeno 50 verifiche tra nuovi richiedenti la licenza d'uso e l'affiliazione al marchio Tuscia Viterbese e le imprese già licenziatrici.
Livello di diffusione del marchio collettivo Tuscia Viterbese	Quantità	N.	N. eventi di promozione dei prodotti del Marchio organizzati direttamente dall'Ente	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa e promozionale della Camera	Realizzazione di almeno 1 evento di promozione dei prodotti del Marchio
Revisione o ampliamento paniere dei prodotti e dei servizi	Quantità	N.	N. disciplinari nuovi o revisionati anno 2017/N. disciplinari anno 2016	Rilevazione della Camera	L'efficienza nella gestione dei disciplinari	Elaborazione o revisione di almeno un disciplinare di produzione o erogazione servizi

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

Allegato F Atto del Consiglio n. 108/341 del 20/12/2016

MISSIONE 011 “COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”						
LINEA PROGRAMMATICA: QUALITA’ DEL LAVORO NELLE IMPRESE						
AZIONE: EXCELSIO 2017: INCONTRO DOMANDA E OFFERTA DI LAVORO						
Indicatore	Tipologia	Unita’ di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento delle imprese per favorire l’inserimento occupazionale	Quantità	N.	N. imprese contattate e monitorate per le politiche attive del lavoro	Rilevazione della Camera	La capacità attrattiva della Camera	Coinvolgimento di n. 100 imprese contattate e monitorate nelle azioni della Rete nazionale dei servizi per le politiche Attive del lavoro ed in attività di alternanza

MISSIONE 011 “COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”						
LINEA PROGRAMMATICA: QUALITA’ DEL LAVORO NELLE IMPRESE						
AZIONE: ORIENTAMENTO ALTERNANZA SCUOLA LAVORO E FORMAZIONE						
Indicatore	Tipologia	Unita’ di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di Diffusione del Registro Alternanza scuola-lavoro	Quantità	N.	N. eventi di promozione del Registro	Rilevazione della Camera	La capacità attrattiva della Camera	Realizzazione di 1 evento di promozione del registro Alternanza Scuola –Lavoro coinvolgendo istituzioni scolastiche ad imprese
Grado di coinvolgimento delle istituzioni scolastiche e degli studenti nei percorsi di alternanza	Quantità	N.	N. accordi sottoscritti con le Istituzioni scolastiche	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa dell’Ente	Sottoscrizione di almeno 5 accordi di collaborazione/convenzioni con Istituzioni scolastiche del territorio; 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 Atto del Consiglio n. 108/341 del 20/12/2016

						collaborazione con le scuole
Livello di Formazione specialistica	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.

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

MISSIONE 011 "COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE"

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

AZIONE: NUOVA IMPRESA, PLACEMENT E ORIENTAMENTO

Indicatore	Tipologia	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di divulgazione delle iniziative relative al placement ed orientamento	Quantità	N.	N. iniziative di divulgazione di progetti a sostegno dell'autoimprenditorialità	Rilevazione della Camera	Il grado di attrattiva vita dell'Ente	Realizzazione di un evento di promozione del progetto "crescere imprenditori"; Realizzazione

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

Allegato F Atto del Consiglio n. 108/341 del 20/12/2016

						di un percorso specialistico e di formazione dedicato ai NEET Garanzia Giovani
Grado di coinvolgimento della platea di studenti	Quantità	N.	N. utenti coinvolti nelle attività di certificazione delle competenze e supporto al placement	Rilevazione della Camera	Capacità organizzativa e attrattiva della Camera	Coinvolgimento di almeno 30 utenti, già in possesso del diploma di scuola superiore e/o provenienti da percorsi ITS, nelle attività a sportello finalizzate alla certificazione delle competenze e supporto al placement
Formazione specialistica in materia di credito	Quantità	N.	N. iniziative formative dedicate alle startup in materia di credito	Rilevazione della Camera	Capacità attrattiva della Camera	Realizzazione di 5 incontri formativi informativi dedicati alle start up in materia di credito

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

Allegato F Atto del Consiglio n. 108/341 del 20/12/2016

MISSIONE 011 “COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”						
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	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Livello di diffusione reti di impresa	Quantità	N.	N. contratti di rete per cui è stato fornito supporto alla costituzione	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa della Camera	Supporto e consulenza per la costituzione di almeno 3 contratti di rete

MISSIONE 011 “COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”						
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 DIGITAL MARKETING						
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	Quantità	N.	N.imprese coinvolte	Rilevazione della Camera	Capacità attrattiva della Camera	Coinvolgimento di almeno 50 imprese nelle attività formative, informative e di supporto.
Formazione specialistica	Quantità	N.	N. tirocini formativi attivati	Rilevazione della Camera	Capacità organizzativa della Camera	Attivazione di almeno 10 tirocini

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

Allegato F Atto del Consiglio n. 108/341 del 20/12/2016

MISSIONE 011 "COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE"						
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
Campagna di valorizzazione e dei prodotti DOP e IGP	Quantità	N.	N. iniziative di valorizzazione e dei prodotti a DOP e IGP organizzate dalla Camera di Commercio	Rilevazione e della Camera	Il grado di incisività nella valorizzazione e dei prodotti	Realizzazione e di almeno 1 iniziativa di promozione dei prodotti DOP e IGP della Tuscia Viterbese
Campagna di monitoraggio sui principali fitofagi de castagno	Quantità	N.	N. iniziative di monitoraggio e diffusione delle informazioni	Rilevazione e della Camera	Il grado di incisività della Camera nelle attività di studio e monitoraggio	Realizzazione e di almeno un ciclo di monitoraggio sui principali fitofagi del castagno e realizzazione di almeno una attività di diffusione delle informazioni afferenti le filiere del nocciolo e castagno; acquisizione diretta da un campione di almeno 20 castanicoltori di informazioni sugli aspetti qualitativi della produzione castanicola dell'annata agraria

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

Allegato F Atto del Consiglio n. 108/341 del 20/12/2016

MISSIONE 011 “COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”						
LINEA PROGRAMMATICA: RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY						
AZIONE: SOSTEGNO AD INIZIATIVE DI ENTI ED ORGANISMI DIVERSI PER LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO						
Indicatore	Tipologia	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Livello di valorizzazione e del territorio	Quantità	N.	N. iniziative di valorizzazione e del territorio partecipate o sostenute dall’Ente camerale	Rilevazione e della Camera	Il grado di incisività nella valorizzazione e dei prodotti	Sostegno economico/finanziario e/o gestionale di almeno 1 iniziativa di promozione del territorio

MISSIONE 012 “INIZIATIVE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO”						
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 e 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 7 incontri periodici di aggiornamento

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

Allegato F Atto del Consiglio n. 108/341 del 20/12/2016

Attività di divulgazione e informazioni utili alla rete SUAP	Quantità	N.	N. contatti e strumenti di divulgazione delle informazioni	Rilevazione e della Camera	La capacità di comunicazione della Camera	Produzione e diffusione diretta alla rete SUAP di almeno 30 infonews
--	----------	----	--	----------------------------	---	--

MISSIONE 012 “REGOLAZIONE DEI MERCATI”						
LINEA PROGRAMMATICA: SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA						
AZIONE: SERVIZI INNOVATIVI						
Indicatore	Tipologia	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di diffusione dei dispositivi di firma digitale e SPID	Efficienza	N.	N. dispositivi di firma digitale rilasciati	Rilevazione della Camera	Il grado di efficienza dell'ente nel procedimento di rilascio	Rilascio di n. 1500 dispositivi di firma digitale e Identità Digitali

MISSIONE 012 “REGOLAZIONE DEI MERCATI”						
LINEA PROGRAMMATICA: INIZIATIVE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO						
AZIONE: CONCILIAZIONE ARBITRATO E TUTELA DELLA PROPRIETÀ INDUSTRIALE						
Indicatore	Tipologia	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di diffusione della cultura brevettuale	Quantità	N.	N. iniziative di promozione della cultura brevettuale	Rilevazione della Camera	La capacità divulgativa della Camera	Organizzazione di almeno una iniziativa su patent box o su finanziamenti relativi alla proprietà industriale
Grado di diffusione del servizio di mediazione	Quantità	N.	N. iniziative in materia di mediazione	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa della Camera	Organizzazione di un evento di promozione e divulgazione del servizio di mediazione anche mediante incontri mirati presso gli Istituti universitari

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

Allegato F Atto del Consiglio n. 108/341 del 20/12/2016

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 2 ispezioni con 8 controlli visivi, 8 documentali ed 1 prelievo per ciascun settore dei giocattoli ed elettrico; 1 ispezione per i dispositivi di protezione individuale con 4 controlli visivi e 4 documentali

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	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Grado di coinvolgimento delle imprese nei percorsi di internazionalizzazione	Quantità	N.	N. imprese coinvolte	Rilevazione della Camera	Capacità attrattiva della Camera	Coinvolgimento di almeno 80 imprese nei percorsi formativi/information e di supporto all’internazionalizzazione
Livello di formazione specialistica	Quantità	N.	N. iniziative formative	Rilevazione della Camera	Capacità organizzativa dell’Ente	Realizzazione di almeno 3 iniziative formative

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

Allegato F Atto del Consiglio n. 108/341 del 20/12/2016

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 E TRASPARENZA						
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 e nuovo portale Tuscia Welcome; aumento del 50% dei numeri redatti della newsletter; aumento del 5% contatti newsletter; adeguamento sezione trasparenza del sito istituzionale al rinnovato TU D.Lgs.vo

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

Allegato F Atto del Consiglio n. 108/341 del 20/12/2016

						33/2013 come modificato dal D.Lgs.vo 97/2016
--	--	--	--	--	--	--

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	Unità 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 tutte le posizioni per le quali è presente la PEC attiva. Analisi di tutte le posizioni debitorie attive al 31/12/2016 ed attivazione delle azioni di recupero; Emissione dei processi verbali di accertamento nei confronti delle posizioni morose 2014 e società 2015 relativamente alle quali è disponibile la PEC.

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

Allegato F Atto del Consiglio n. 108/341 del 20/12/2016

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: COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DEI SERVIZI CAMERALI AD ELEVATA SPECIALIZZAZIONE						
Indicatore	Tipologia	Unita’ di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	Target
Capacità di divulgazione dei servizi camerali	Quantità	N.	Numero di iniziative di divulgazione realizzate nell’anno	Rilevazione della Camera	La capacità organizzativa ed attrattiva della Camera	Realizzazione di n. 3 incontri interdisciplinari in presenza e/o in videoconferenza; Realizzazione di almeno 1 iniziativa di presentazione dell’Ente camerale, dei servizi e delle utilità per le imprese

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

Allegato F Atto del Consiglio n. 108/341 del 20/12/2016

INDICATORI ECONOMICI

INDICATORI ECONOMICI PATRIMONIALI		2017							
Indicatore	Unità di misura	Algoritmo di calcolo	Fonte	Cosa misura	2016		2017		
					Target 2016	Target preconsuntivo 2016	Indice	Target	
Equilibrio economico della gestione corrente	%	Oneri correnti/Proventi correnti	bilancio consuntivo	L'incidenza degli oneri correnti rispetto ai proventi correnti	116,87	100,08	119,82	117,5	
Incidenza costi strutturali	%	Oneri correnti - interventi economici / Proventi correnti	bilancio consuntivo	l'incidenza dei costi di struttura rispetto ai proventi correnti	110,68	94,08	115,04	113	
Interventi economici per impresa attiva*	%	Interventi economici / n. imprese attive al 31/12	bilancio consuntivo	Il valore medio degli interventi economici per impresa attiva	9,00	8,93	5,31	5,31	
Equilibrio economico finanziario	rapporto	costi di struttura (al netto di imposte e tasse, quote associative e conferimento allo Stato)/Proventi correnti (al netto di imposte e tasse, quote associative e conferimento allo Stato)	bilancio consuntivo	L'incidenza dei costi di struttura derivanti dalle attività proprie dell'Ente rispetto ai proventi correnti generati direttamente dall'Ente	0,98	0,93	1,02	1,02	
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	31,91	30,10	31,91	31,91	
Riscossione spontanea diritto annuale	%	riscossione spontanea diritto annuale/diritto annuale	bilancio consuntivo	grado di riscossione spontanea del diritto annuale	72,00	68,92	72,00	72,00	

Nota: il target 2017 è condizionato dall'intervento legislativo che ha introdotto il taglio del 50% del provento da diritto annuale a fronte del taglio del 40% dell'anno 2016.

Il target relativo agli indicatori "Equilibrio economico della gestione corrente" e " Incidenza costi strutturali" è stato determinato presumendo il riconoscimento da parte di UNIONCAMERE di un contributo di rigidità di bilancio di circa € 200.000,00; nel caso in cui non pervenisse alcun contributo o la misura del contributo fosse riconosciuta per un importo diverso da quello presunto, si dovrà procedere ad un aggiornamento del target.