



LA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE 2013

Camera di Commercio di Terni

Allegato alla deliberazione n. 31 della Giunta Camerale del 5 maggio 2014



La presente Relazione sulla Performance è il documento che completa il Ciclo di Gestione della Performance con riferimento all'annualità 2013. Il D. Lgs. n. 150/09 attribuisce alla Relazione sulla Performance la funzione di evidenziare, a consuntivo, i risultati della performance organizzativa ed individuale rispetto a quanto preventivamente definito in sede di pianificazione. La Relazione sulla Performance costituisce, pertanto, il rendiconto del Piano della Performance, rappresentando il grado di raggiungimento degli obiettivi organizzativi, strategici ed operativi, e individuali in esso previsti, nonché gli eventuali scostamenti rilevati. Così come espresso nel citato dettato normativo, la Relazione sulla Performance analizza, in particolare, la dimensione economico-finanziaria della performance dell'Ente, in termini di efficienza ed economicità. Allo stesso modo, la Relazione pone l'enfasi sulla esposizione di obiettivi dell'Ente in tema di pari opportunità, ivi compresa la dimensione di genere, mediante la quale si intende fornire una chiave di lettura dell'operato della Camera, la quale pur agendo apparentemente in maniera «neutra», in realtà produce effetti differenziati sugli uomini e sulle donne. L'analisi della dimensione di genere consente di esaminare, classificare, valutare e rendicontare le politiche di un Ente secondo aree direttamente sensibili secondo le variabili di genere. In tal senso la Camera di Commercio di Terni, e il sistema camerale nel suo complesso, ha riconosciuto l'importanza di questo aspetto quale leva di crescita organizzativa e culturale, consapevole del fatto che garantire pari condizioni sia un elemento di equità ma anche di efficienza e sviluppo.

Il presente documento, è volto a render conto agli stakeholder, in un'ottica di trasparenza ed accountability, delle risultanze di performance del periodo amministrativo di riferimento, alla luce delle caratteristiche del contesto interno ed esterno che hanno favorito o meno il raggiungimento degli obiettivi prefissati.

La Relazione sulla Performance è la sintesi di un processo dinamico, condiviso e partecipato che prevede un monitoraggio costante degli obiettivi di performance definiti in sede di pianificazione e la conseguente valutazione dei risultati intermedi e finali ottenuti. Il reporting e la valutazione intermedia e finale sono stati alimentati, inoltre, dal sistema di benchmarking cui la Camera di Commercio partecipa assieme alle Camere di Commercio della Regione Toscana e assieme ad alcune Camere di Commercio delle regioni Emilia Romagna, Lombardia e Veneto.



Presentazione

La Relazione sulla performance che si va ad esplicitare ha lo scopo di mettere in evidenza a consuntivo, con riferimento all'anno precedente, i risultati organizzativi e individuali raggiunti dalla Camera di commercio di Terni rispetto ai singoli obiettivi programmati nel Piano delle performance, con rilevazione degli eventuali scostamenti.

Al fine di venire incontro alle difficoltà connesse alla persistenze crisi finanziaria che ha caratterizzato l'anno, nel corso del 2013, l'Ente Camerale ha focalizzato l'attenzione verso la realizzazione di politiche di supporto finanziario destinate alle piccole e medie imprese del territorio ternano, l'agevolazione al sostegno all'occupazione giovanile ed a contribuire alle operazioni di investimento aziendale finalizzate a mantenere o ad accrescere la capacità produttiva.

L'attività di monitoraggio e riscontro si è sviluppata attraverso un processo di misurazione e valutazione svolto nella massima chiarezza, anche ai fini di una piena condivisione delle funzioni e delle responsabilità attribuite ad ogni soggetto e struttura coinvolti.

L'Amministrazione di Terni ha approvato il Piano della performance con Delibera di Giunta camerale n. 9 del 31 gennaio 2013 e aggiornato con Delibera di Giunta camerale n. 68 del 18 settembre 2013.

Tutta l'Amministrazione ha lavorato per conseguire i risultati prestabiliti e assegnati all'intera struttura (reperimento delle informazioni, aggiornamento e caricamento dei dati).

La Relazione sulla Performance consente pertanto di dare conto anche agli stakeholder di tutta l'attività svolta dall'Ente camerale nel corso di un intero esercizio amministrativo.

Il Segretario Generale
f.to Giuliana Piandoro

Il Presidente
f.to Enrico Cipiccia

Indice

1. Sintesi delle informazioni di interesse per gli Stakeholder
 - 1.1 Il contesto esterno
 - 1.2 La CCIAA di Terni: l'amministrazione
 - 1.3 Il Piano della performance in sintesi
2. L'Albero della Performance
 - 2.1 La Vision e le Aree strategiche
 - 2.2 Gli obiettivi strategici
 - 2.3 Il Cascading: dagli obiettivi strategici agli obiettivi e piani operativi
 - 2.4 Gli obiettivi individuali
3. La dimensione economico-finanziaria: risorse, efficienza ed economicità
4. La dimensione di genere: pari opportunità e bilancio di genere
5. Coordinamento e integrazione fra gli ambiti relativi alla performance, alla trasparenza, all'integrità e anticorruzione
6. Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
 - 6.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità del processo di redazione
 - 6.2 I punti di forza e debolezza del processo
7. Allegati Tecnici
 - 7.1 I documenti del Ciclo di Gestione della Performance
 - 7.2 La Performance Organizzativa: Il Cascading



1. Sintesi delle informazioni di interesse per gli Stakeholder

La presente sezione illustra, in maniera sintetica e snella, le informazioni di supporto ad una analisi consapevole dei risultati della performance che verranno rappresentati più nel dettaglio nei paragrafi che seguono. I destinatari di tali informazioni sono prevalentemente gli Stakeholder esterni, ed in particolare le imprese, in quanto beneficiari finali dell'azione dell'ente sul territorio.

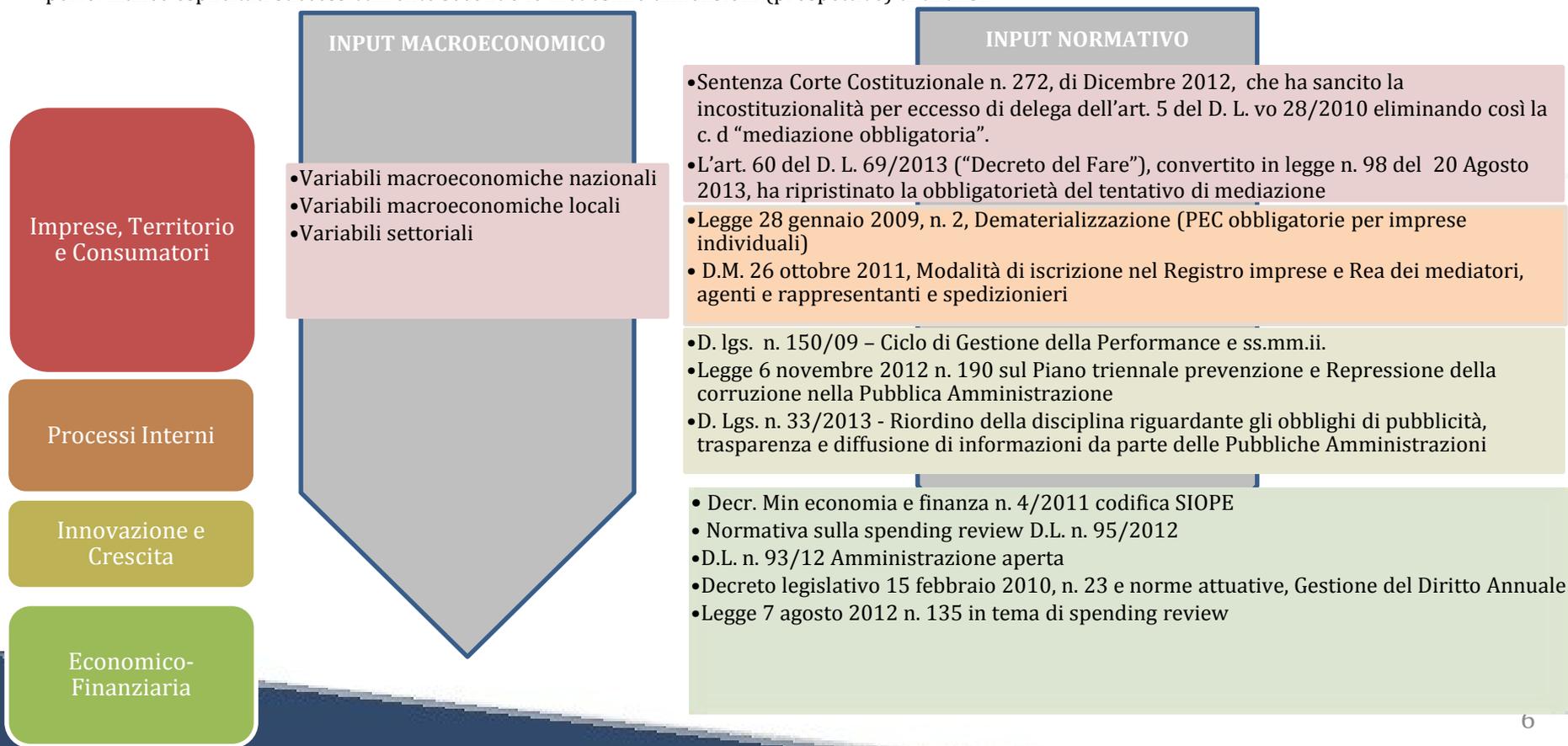
Per facilitare la lettura del documento, sono qui proposte informazioni di sintesi circa il contesto esterno nel quale si è svolta l'attività dell'ente, i dati qualitativi e quantitativi che caratterizzano l'amministrazione, i risultati finali raggiunti e le principali criticità o elementi di merito che si sono manifestati nel corso del 2013. Essendo la Relazione sulla Performance un documento consuntivo rispetto al Piano della Performance, si rimanda a quest'ultimo per una analisi approfondita e preventiva delle informazioni integrative sinteticamente illustrate di seguito.



Piano della Performance 2013: <http://www.tr.camcom.it/index.php/chi-siamo/amministrazione-trasparente/754.html>

1. 1 Il contesto esterno

La CCIAA di Terni al fine di individuare le azioni più coerenti per soddisfare le aspettative dei propri Stakeholder, riconosce come elemento propedeutico all'efficacia strategica delle proprie azioni l'analisi del contesto economico-sociale di riferimento. L'analisi del contesto consente di descrivere le variabili che rappresentano lo scenario nel quale si è sviluppata l'attenta azione amministrativa della Camera di Commercio di Terni, ed in base alle quali gli obiettivi strategici previsti si sono potuti concretizzare. A tal fine verrà dato rilievo alle variabili del contesto esterno che, hanno inciso positivamente o negativamente sui risultati finali raggiunti. Avendo la Camera di Commercio di Terni adottato la Metodologia Balanced Scorecard (BSC) come principale strumento per la Misurazione e Valutazione della performance organizzativa, l'analisi del contesto esterno verrà rappresentata facendo stretto riferimento all'articolazione multidimensionale tipica della BSC. Ciò al fine di rendere funzionale la lettura delle informazioni presentate in questa sezione alla interpretazione dei risultati di performance esplicitati successivamente secondo le medesime dimensioni (prospettive) di analisi.





1. 1 Il contesto esterno

INPUT MACROECONOMICO

•Variabili macroeconomiche nazionali:

- Il PIL italiano è stimato in calo anche nel 2013, in volume è diminuito del 1,9%, mentre rispetto al 2012 è diminuito dello 0,4% (dati Istat)
- Dati più precisi probabilmente saranno disponibili dopo il 5 maggio 2014

•Variabili macroeconomiche locali:

- Sono 1.444 le imprese nate nel 2013, 25 in meno rispetto al 2012. Al flusso stabile delle iscrizioni di nuove imprese, ha corrisposto un aumento delle cessate, passate dalle 1.352 del 2012 alle 1.440 dell'anno scorso. Il bilancio è un saldo che registra un equilibrio tra iscrizioni e cessazioni (1.444 a fronte di 1.440 chiusure).

• Variabili settoriali:

- In provincia di Terni le donne che fanno impresa sono quasi il 30% del totale, contro il 23,6% registrato a livello nazionale
- Relativamente al tema occupazione, i dati Excelsior 2013 sulle previsioni dei fabbisogni occupazionali formulate dagli imprenditori della provincia di Terni, evidenziano un saldo tra le i nuovi posti di lavoro e le uscite dal mondo del lavoro pari a -1.130 unità.
- Nel mercato del lavoro si registra una crescita del tasso di disoccupazione (si passa dal 5,9% all'8,6%), aumento che ha colpito sia l'Umbria che l'Italia.
- Tra gennaio e marzo hanno chiuso ben 168 imprese del settore. L'industria manifatturiera ha perso 74 aziende, l'edilizia ha chiuso il primo trimestre con 112 cessazioni.

Imprese,
Territorio e
Consumatori

Elementi di rilievo per la CCIAA di Terni

Le variabili macroeconomiche a livello nazionale e locale denunciano uno stato di difficoltà che continua a condizionare la crescita e l'efficienza delle imprese.

Data la natura finanziaria della crisi, appare evidente la difficoltà del sistema creditizio di fornire i mezzi necessari, soprattutto alle PMI, per affrontare il difficile contesto attuale.

In un periodo di forte crisi economica come quello attuale la Camera di commercio di Terni ha focalizzato la propria attenzione su attività di innovazione, sviluppo delle infrastrutture del territorio, internazionalizzazione e sviluppo del capitale sociale e delle competenze, quali modi per poter superare le difficoltà ed essere preparati per la futura ripresa economica.

In questa direzione nell'anno 2013 si muovono le strategie attuate dall'Ente in termini di sostegno finanziario a imprese di piccole e medie dimensioni nell'ambito di: investimenti, occupazione, smobilizzo crediti verso pubbliche amministrazioni, attività di informazione sulla tutela della proprietà industriale e finanziamento di iniziative per attività promozionali organizzate da soggetti terzi con il patrocinio della Camera di commercio.

La Camera di commercio di Terni ha attivato nel corso del 2013 sul territorio azioni per favorire le dinamiche di incontro fra domanda e offerta di lavoro e per incentivare le politiche di genere.

- **€ 350.000,00** risorse stanziare per il sostegno di operazioni di investimento
- **€ 100.000,00** risorse stanziare per favorire l'incremento dell'occupazione
- **€ 116.000,00 circa** le risorse stanziare per il sostegno di iniziative promozionali sul territorio
- n° **142** brevetti depositati nella provincia
- n° **109** imprese partecipanti «Entra in Umbria»
- n° **559** soggetti partecipanti alle iniziative di internazionalizzazione (+168 rispetto all'anno 2012)
- n° **41** imprese beneficiarie di contributi per la partecipazione ad iniziative di internazionalizzazione
- **Protocollo di intesa** tra ANAS, Regione Umbria e CCIAA Terni per eliminazione viziosità piano altimetriche SS Flaminia tratto Terni-Spoleto
- **1241** studenti coinvolti nel progetto Alternanza scuola lavoro (incremento rispetto ai 574 dell'anno 2012)
- **127** sono state le presenze delle imprenditrici agli appuntamenti formativi e di aggregazione



1. 1 Il contesto esterno

INPUT NORMATIVO

Imprese,
Territorio e
Consumatori

- Sentenza Corte Costituzionale n. 272, di Dicembre 2012, che ha sancito la incostituzionalità per eccesso di delega dell'art. 5 del D. L. vo 28/2010 eliminando così la c. d "mediazione obbligatoria".
- L'art. 60 del D. L. 69/2013 ("Decreto del Fare"), convertito in legge n. 98 del 20 Agosto 2013, ha ripristinato la obbligatorietà del tentativo di mediazione

Processi
Interni

- Legge 28 gennaio 2009, n. 2
- Dematerializzazione (PEC imprese individuali)

Innovazione e
Crescita

- D.lgs. n. 150/09 – Ciclo di Gestione della Performance
- Legge 6 novembre 2012 n.190 sul Piano triennale prevenzione e Repressione della corruzione nella Pubblica Amministrazione
- D. Lgs. 33/2013 sul Riordino obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle Pubbliche Amministrazioni

Economico-
Finanziaria

- Decr. Min. economia e finanza n. 4/2011 codifica SIOPE
- Normativa sulla spending review D.L. n. 95/2012
- D.L. n. 93/12 Amministrazione aperta
- Decreto legislativo 15 febbraio 2010, n. 23 e norme attuative, Gestione del Diritto Annuale
- Legge 7 agosto 2012 n. 135 in tema di spending review

Elementi di rilievo per la CCIAA di Terni

La mediazione non ha ancora raggiunto un significativo grado di diffusione

- 7 procedure di conciliazione

Elementi di rilievo per la CCIAA di Terni

Promozione di forme semplificate di comunicazione con amministrazioni pubbliche ed utenti.

Completa digitalizzazione delle procedure interne: Archivio-protocollo (Prodigi), gestione delle casse, del ciclo attivo e passivo del Provveditorato (XAC), Bandi contributi (CERC), Gestione atti amministrativi con pubblicazione diretta sull'albo on-line (LWA).

- La Camera con lo strumento della PEC ha proseguito nel 2013 un processo di dematerializzazione nelle procedure di comunicazione esterna
- **100%** della scannerizzazione dei documenti in entrata e in uscita
- Consolidamento dell'utilizzo della **piattaforma CRM** per la divulgazione delle iniziative promozionali

Elementi di rilievo per la CCIAA di Terni

Il ciclo di gestione della performance avviato dalla Camera ha comportato sempre più nuovi adempimenti cui è seguita un miglioramento della strutturazione finalizzata alla diffusione di una nuova cultura.

Maggior coinvolgimento della struttura nella gestione del ciclo e nella realizzazione di progetti trasversali.

Riordino disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni Pubbliche Amministrazioni

- **2,70** punteggio check-up ciclo di gestione della performance (incremento del 4% rispetto all'anno 2012)
- 2 progetti trasversali.
- Misure organizzative per i nuovi e maggiori obblighi di trasparenza
- Richiesta e pubblicazione dati patrimoniali /reddituali consiglieri
- Monitoraggio tempi servizi/procedimenti

Elementi di rilievo per la CCIAA di Terni

Valore aggiunto lordo distribuito alle imprese.
Rispetto dei numerosi vincoli di spesa imposti dalla normativa nazionale.

€ 160,00 per impresa restituiti mediante l'esercizio delle attività istituzionali dell'Ente



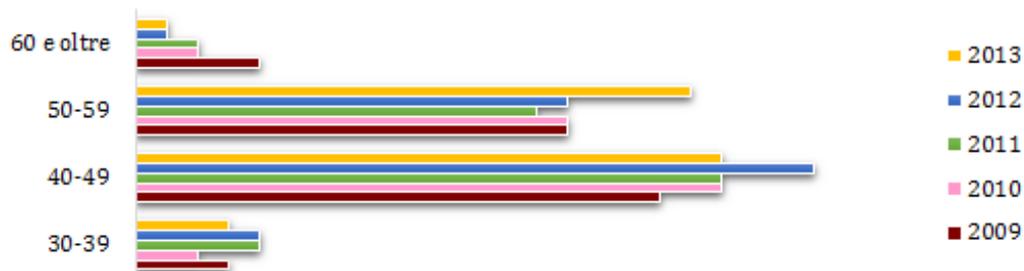
1.2 La CCIAA di Terni: l'amministrazione

Analogamente a quanto rappresentato nel Piano della Performance 2013, viene proposto un quadro sintetico degli elementi qualitativi e quantitativi caratterizzanti la Camera di Commercio di Terni. Tuttavia, a differenza di quanto effettuato in sede di pianificazione, le variabili di seguito illustrate, seguendo una articolazione rispetto alla natura della dimensione di analisi, assumono rilievo al fine dell'interpretazione dei risultati di performance, organizzativa ed individuale, raggiunti al termine del periodo amministrativo.

Composizione del Personale a Tempo Indeterminato

Per Classi d'età	2009	2010	2011	2012	2013
30-39	3	2	4	4	3
40-49	17	19	19	22	19
50-59	14	14	13	14	18
60 e oltre	4	2	2	1	1
Totale	38	37	38	41	41

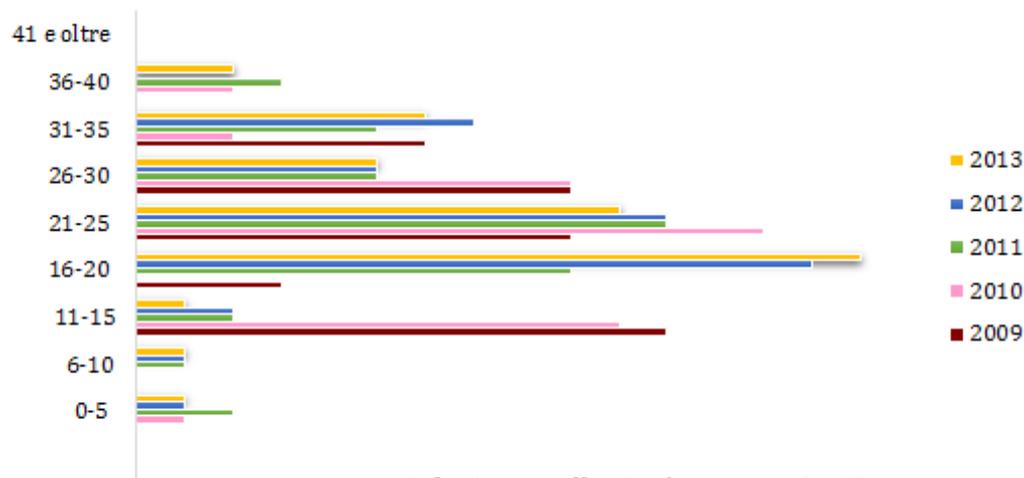
Composizione del personale per classi d'età



Composizione del Personale a Tempo Indeterminato

Per Anzianità di Servizio	2009	2010	2011	2012	2013
0-5	0	1	2	1	1
6-10	0	0	1	1	1
11-15	11	10	2	2	1
16-20	3	0	9	14	15
21-25	9	13	11	11	10
26-30	9	9	5	5	5
31-35	6	2	5	7	6
36-40	0	2	3	0	2
41 e oltre	0	0	0	0	0
Totale	38	37	38	41	41

Composizione del personale per anzianità di servizio

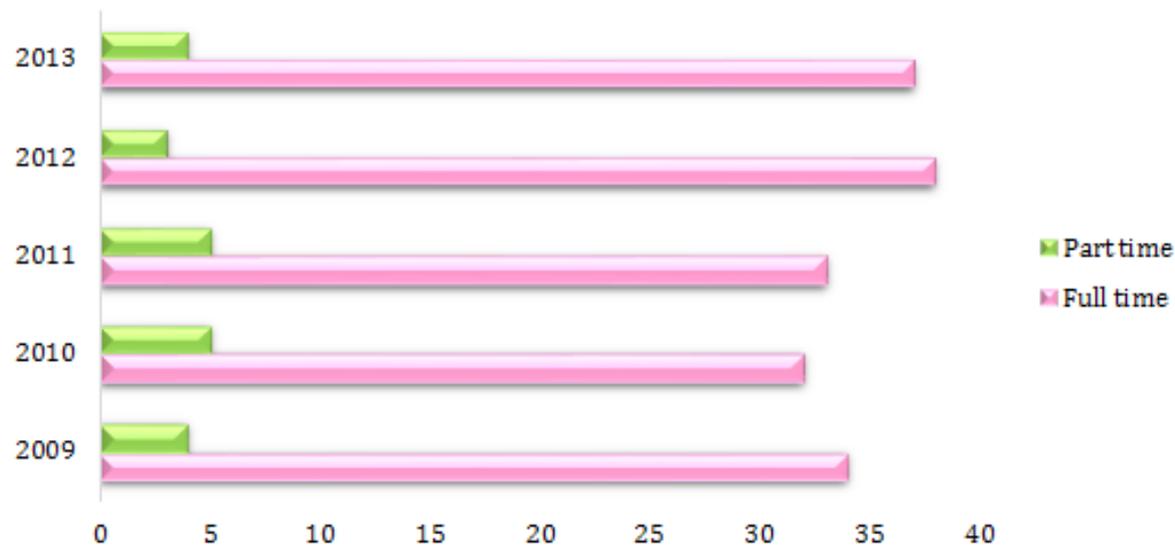


1.2 La CCIAA di Terni: l'amministrazione

La Politica delle Risorse Umane

Composizione del Personale per tipologia contrattuale									
2009		2010		2011		2012		2013	
Full time	Part time	Full time	Part time	Full time	Part time	Full time	Part time	Full time	Part time
34	4	32	5	33	5	38	3	37	4
38		37		38		41		41	

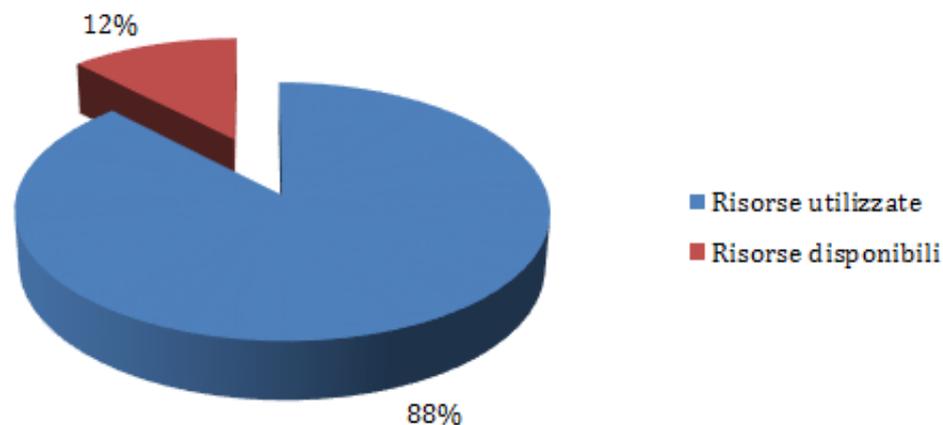
Composizione del Personale per tipologia contrattuale



1.2 La CCIAA di Terni: l'amministrazione

LE RISORSE FINANZIARIE

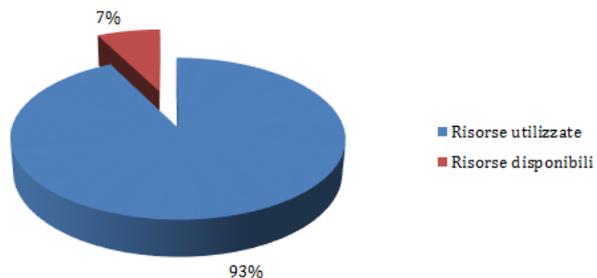
Asse Strategico		Previste	Consuntivo	Risorse utilizzate	Risorse disponibili
1	Innovazione Imprenditoriale	€ 1.157.000,00	€ 1.071.516,56	93%	7%
2	Internazionalizzazione	€ 437.500,00	€ 402.246,56	92%	8%
3	Marketing territoriale	€ 368.236,00	€ 283.140,38	77%	23%
4	Infrastrutture	€ 10.000,00	€ 609,00	6%	94%
5	Regolazione e sviluppo dei mercati	€ 20.000,00	€ 10.807,41	54%	46%
6	E -Government e informazione economica	€ 218.000,00	€ 174.568,79	80%	20%
TOTALE		€ 2.210.736,00	€ 1.942.888,70	88%	12%



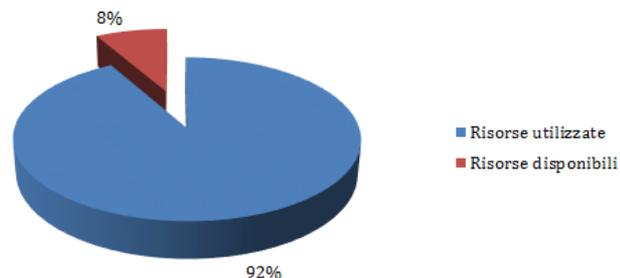
1. 2 La CCIAA di Terni: l'amministrazione

LE RISORSE FINANZIARIE

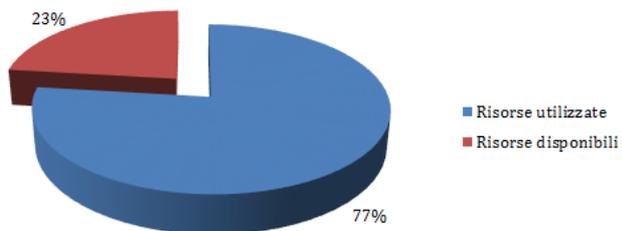
Asse strategico 1: Innovazione Imprenditoriale



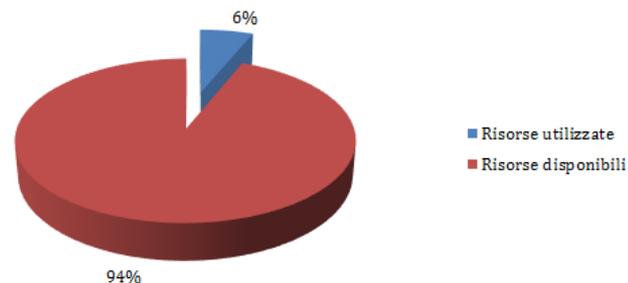
Asse strategico 2: Internazionalizzazione



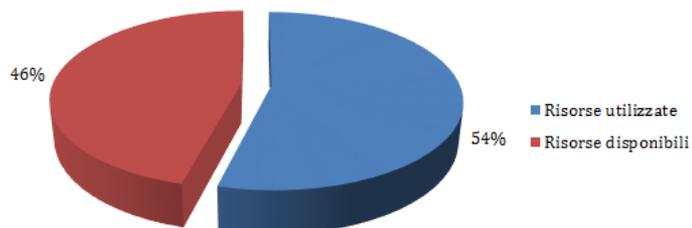
Asse strategico 3: Marketing territoriale



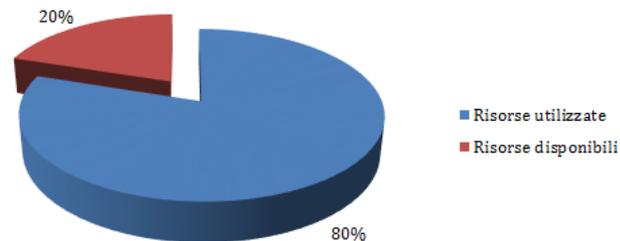
Asse strategico 4: Infrastrutture



Asse strategico 5: Regolazione e sviluppo dei mercati



Asse strategico 6: E-Governement e informazione economica



1.2 La CCIAA di Terni: l'amministrazione

LE STRUTTURE TERRITORIALI

Per svolgere al meglio i propri molteplici compiti, la Camera di commercio di Terni ha operato come parte di un sistema di rete inter-istituzionale ed ha mirato a mantenere, consolidare e sviluppare collaborazioni con le altre istituzioni pubbliche, con le associazioni di categoria, con il sistema territoriale e delle imprese e per costruire nel tempo rapporti che si fondano sulla trasparenza. A tal fine si è impegnata per garantire una presenza nelle sedi dove si discutono le politiche economiche territoriali e dove si progettano le azioni per accrescere la competitività del sistema locale, mettendo a disposizione risorse finanziarie per progetti di sviluppo del territorio. Le linee di azione locale non possono essere disgiunte da un'opera di intervento largamente condivisa a livello nazionale; l'agire della camera di commercio, anche se indirizzato sulla base delle proprie peculiarità locali, deve infatti essere caratterizzato da un'ampia condivisione, in modo da perseguire quegli interessi di carattere generale che costituiscono l'obiettivo primario del sistema camerale. La scelta di svolgere un ruolo attivo nell'ambito di uno scenario di rete inter-istituzionale è funzionale a potenziarne l'azione, grazie ad un dialogo privilegiato evitando la dispersione delle risorse. Secondo tale filosofia di intervento, la CCIAA di Terni, attiva rapporti e relazioni una pluralità di soggetti per fornire al meglio i propri servizi all'utenza.

Gli sportelli decentrati	I servizi resi	Utenza servita	Risorse umane impiegate
SEDE DISTACCATA DI ORVIETO	Sportello Registro delle Imprese e Albo Artigiani, Altri Servizi anagrafici, Servizi Informativi, Regolazione del mercato e Certificazione estera	Imprese locali e cittadinanza	1 unità Orario di apertura martedì e giovedì dalle ore 9,00 alle ore 12,00 dalle ore 14,30 alle ore 16,30



1. 2 La CCIAA di Terni: l'amministrazione

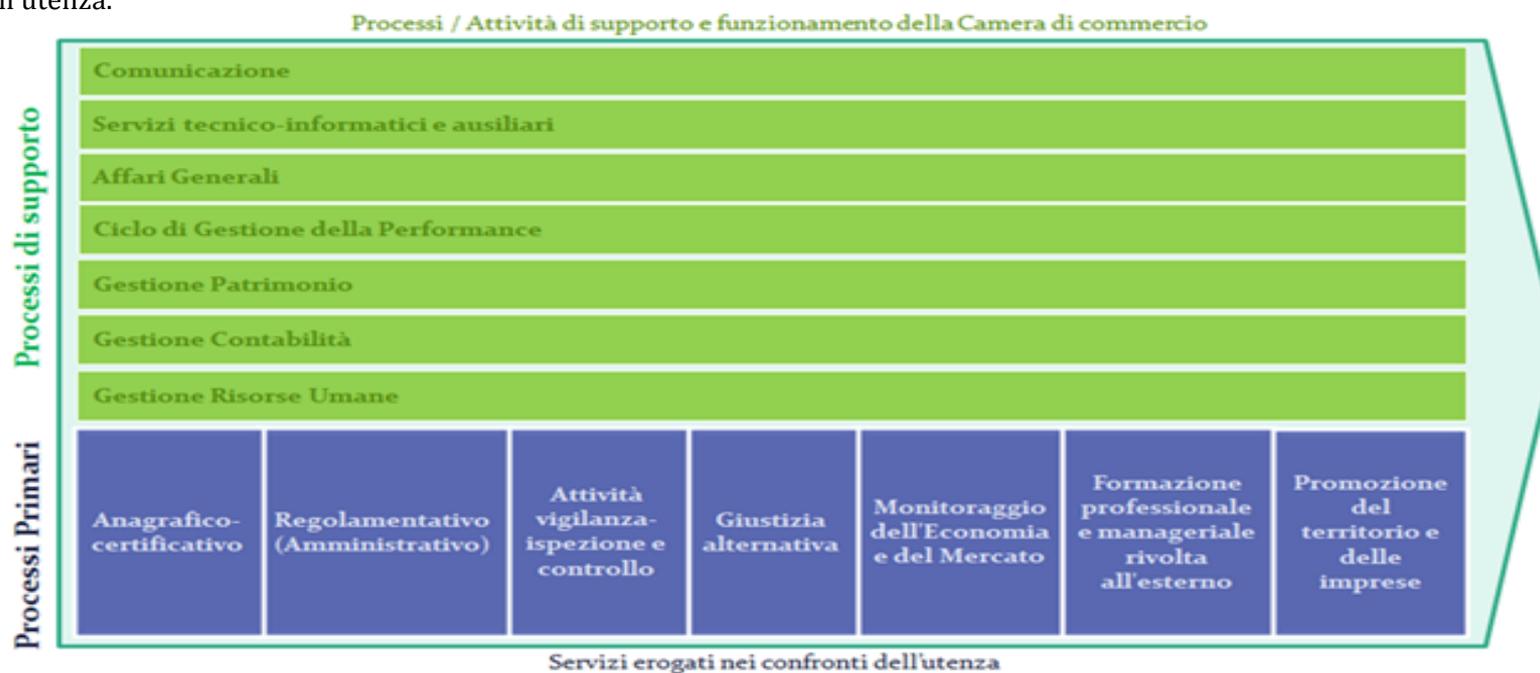
LE STRUTTURE TERRITORIALI

Enti Partner della CCIAA di Terni	Iniziativa realizzate congiuntamente 2013
Enti locali	Protocollo Alternanza Scuola Lavoro, Sostegno a manifestazioni locali,
Università	Sostegno Consorzio Polo Universitario, Sostegno Fondazione Cellule Staminali, Iniziativa sul codice del turismo,
Unioncamere Toscana	Gruppi di lavoro – Progetto di benchmarking
Camera di commercio di Perugia	Convenzione in Metrologia Legale, Protocolli Turismo, credito, internazionalizzazione
Unioncamere Umbria	Studi di Economia locale, Protocolli Turismo, credito, internazionalizzazione
Regione Umbria	Studi di Economia locale, Protocolli Turismo, credito, internazionalizzazione

1. 2 La CCIAA di Terni: l'amministrazione

IL PORTAFOGLIO DEI SERVIZI RESI

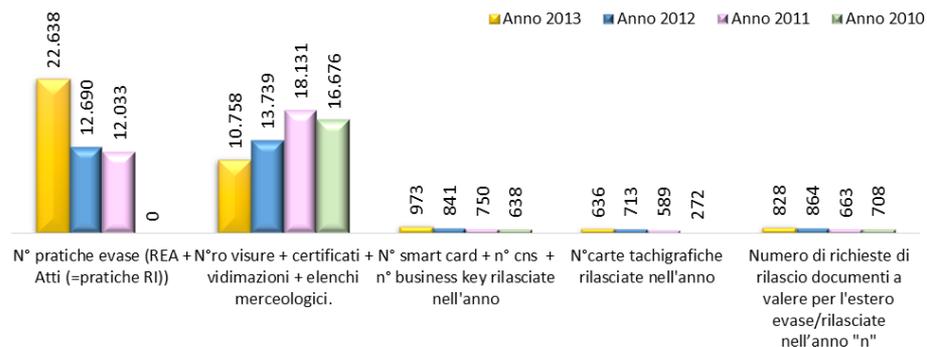
La presente sezione è dedicata alla descrizione del portafoglio dei servizi erogati da parte della CCIAA di Terni nell'esercizio del suo ruolo istituzionale. La rappresentazione del portafoglio dei servizi erogati è stata effettuata da parte della CCIAA di Terni mediante l'Audit dei processi, svolta in ottica di Benchmarking nell'ambito del progetto promosso da Unioncamere Toscana, con lo scopo di individuare successivamente, per ogni attività le criticità che possono pregiudicare l'erogazione di un servizio in termini di piena corrispondenza a standard di qualità, efficacia, efficienza, e livello di aspettative dell'utenza.



La Camera di commercio di Terni nell'ambito del Progetto Benchmarking cui partecipa ha effettuato un'attenta analisi dei principali processi oggetto della propria attività.

1.2 La CCIAA di Terni - Il Portafoglio dei servizi: gli Output erogati all'utenza

Macro Processo	Output	CCIAA TR			
		Anno 2013	Anno 2012	Anno 2011	Anno 2010
P_1 Anagrafico-Certificativo	N° pratiche evase (REA + Atti + Deposito PEC ditte individuali) (=pratiche RI))	28638	12690	12033	0
	N°ro visure + certificati + vidimazioni + elenchi merceologici.	10758	13739	18131	16676
	N° smart card + n° cns + n° business key rilasciate nell'anno	973	841	750	638
	N°carte tachigrafiche rilasciate nell'anno	636	713	589	272
	Numero di richieste di rilascio documenti a valere per l'estero evase/rilasciate nell'anno "n"	828	864	663	708

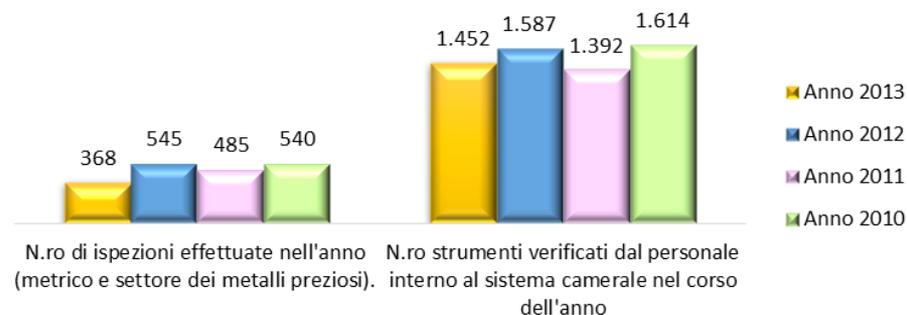


Macro Processo	Output	CCIAA TR			
		Anno 2013	Anno 2012	Anno 2011	Anno 2010
P_2 Regolamentativo (Amministrativo)	N.ro di domande depositate Brevetti e Marchi nell'anno	142	131	153	122

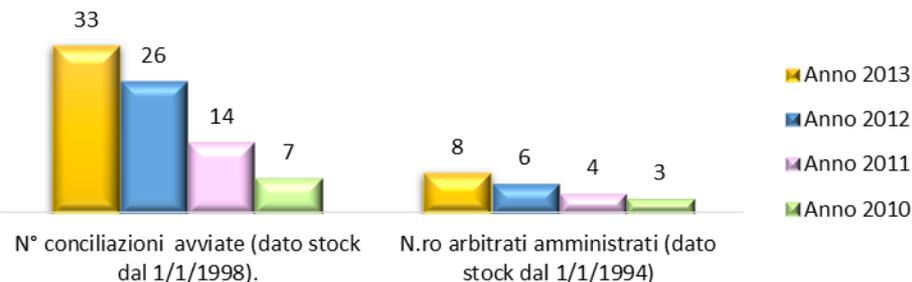


1. 2 La CCIAA di Terni - Il Portafoglio dei servizi: gli Output erogati all'utenza

Macro Processo	Output	CCIAA TR			
		Anno 2013	Anno 2012	Anno 2011	Anno 2010
P_3 Attività vigilanza-ispezione e controllo	N.ro di ispezioni effettuate nell'anno (metrico e settore dei metalli preziosi).	368	545	485	540
	N.ro strumenti verificati dal personale interno al sistema camerale nel corso dell'anno	1452	1587	1392	1614



Macro Processo	Output	CCIAA TR			
		Anno 2013	Anno 2012	Anno 2011	Anno 2010
P_4 Giustizia alternativa	N° conciliazioni avviate (dato stock dal 1/1/1998).	33	26	14	7
	N.ro arbitrati amministrati (dato stock dal 1/1/1994)	8	6	4	3



1.2 La CCIAA di Terni - Il Portafoglio dei servizi: gli Output erogato all'utenza

Macro Processo	Output	CCIAA TR			
		Anno 2013	Anno 2012	Anno 2011	Anno 2010
P_6 Formazione professionale e manageriale rivolta all'esterno	N° di attività formative (corsi di formazione, seminari, workshop,...) rivolte all'esterno organizzate dal sistema camerale (Ente + aziende speciali) nell'anno	18	21	18	36
P_7 Promozione del territorio e delle imprese	N° di imprese beneficiarie dei contributi per progetti di internazionalizzazione.	41	30	36	36
	N.ro iniziative all'estero promosse dalla Camera di commercio	3	4	2	4
	Costo per gli interventi nell'anno	€ 1.942.889	€ 3.107.529	€ 2.613.571	€ 1.340.487
S_1 Comunicazione	N° Newsletter	4	4	4	4
S_4 Ciclo Gestione della Performance	N° documenti inerenti il Ciclo di gestione della approvati nell'anno "n"	8	8	5	0
S_7 Gestione Risorse Umane	Ore di formazione e/o aggiornamento sia interne che esterne e sia gratuite che a pagamento alle quali i dipendenti assunti a tempo indeterminato hanno partecipato	273,6	287,8	795	2429

1.2 La CCIAA di Terni: l'amministrazione

GLI UTENTI

La CCIAA di Terni offre agli utenti la possibilità di sviluppare il territorio in cui risiedono ed il tessuto economico in cui operano ed offrono servizi volti alla tutela dei diritti soggettivi.

La CCIAA di Terni, svolge, in modo diretto o avvalendosi di soggetti terzi le seguenti attività nei confronti dei propri Stakeholder

Tipologia di Utente	Servizi resi						
	Anagrafico - Certificativi	Regolazione	Vigilanza, ispettivi e controllo	Giustizia alternativa	Monitoraggio dell'economia e del mercato	Formazione professionale e manageriale	Promozione del territorio e delle imprese
Imprese	V	V	V	V	V	V	V
Associazioni di categoria	V	V		V	V	V	V
Consumatore /Cittadini	V	V	V	V	V	V	

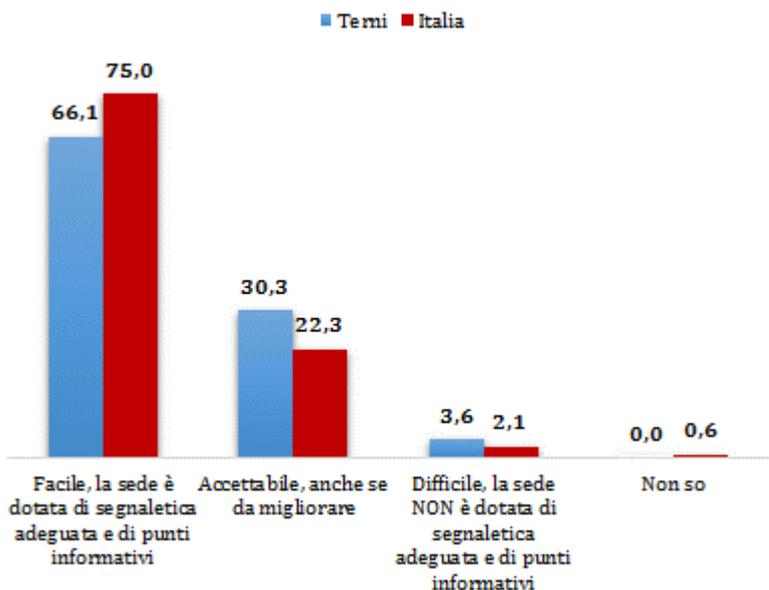
1.2 La CCIAA di Terni: l'amministrazione

MODALITA' GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

La Camera di Terni ha partecipato all'indagine di customer regionale sulle imprese

“Come considera l'accesso ai servizi quando si reca direttamente alla Camera di Commercio?”

Livello di accesso ai servizi della Camera di Commercio

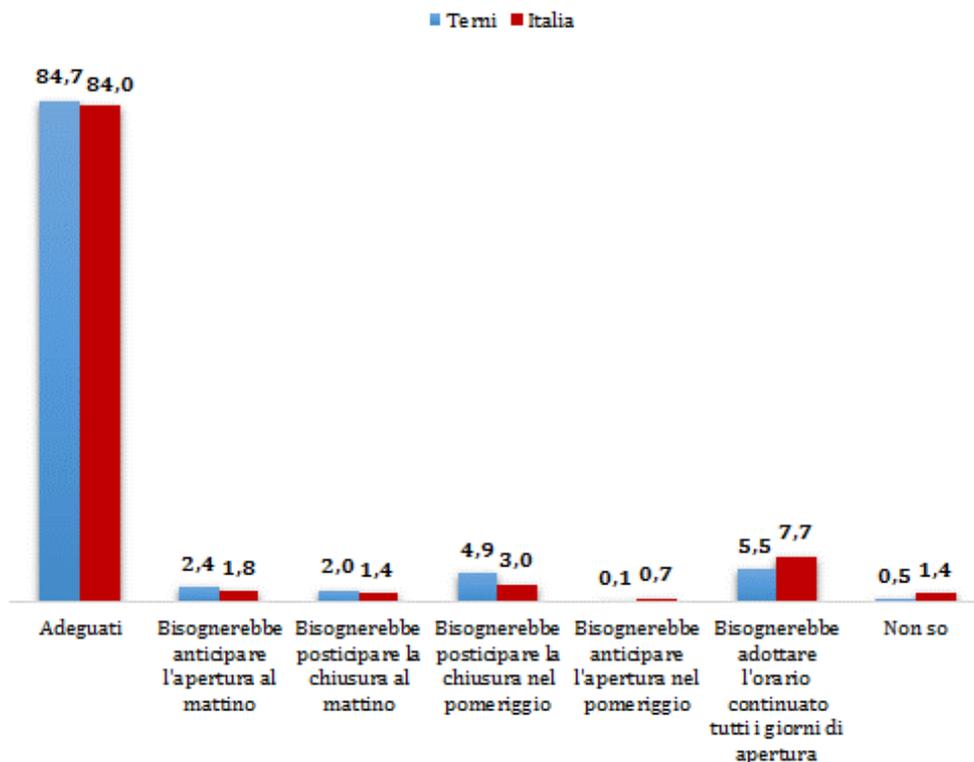


Base Terni. 367 casi, Italia 5.310 casi. Solo coloro che si sono recati personalmente nel corso dell'ultimo anno presso gli uffici della Camera di Commercio.

Dati anno 2013

“Ritiene che gli orari di apertura della Camera di Commercio siano...?”

Adeguatezza degli orari di apertura della Camera di Commercio



Base Terni. 367 casi, Italia 6.305 casi. Solo coloro che si sono recati personalmente nel corso dell'ultimo anno presso gli uffici della Camera di Commercio.

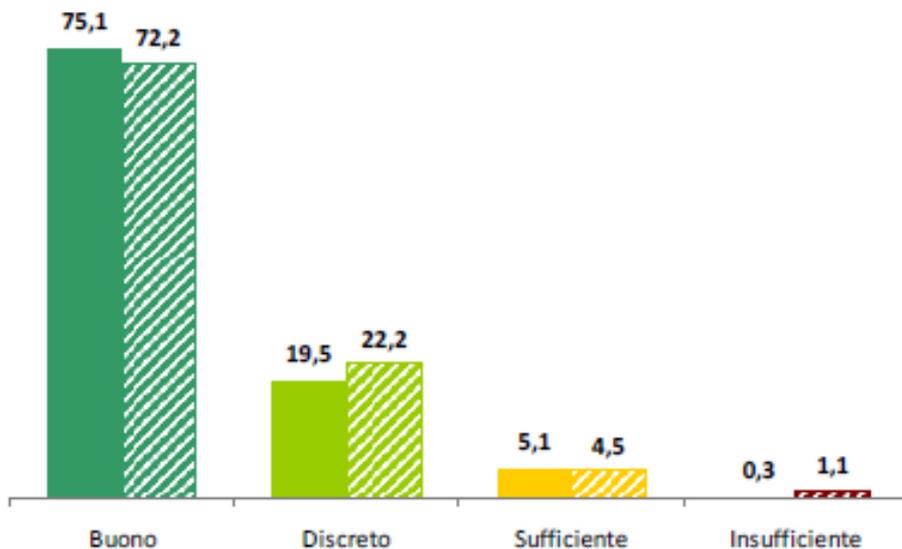
Dati anno 2013

1. 2 La CCIAA di Terni: l'amministrazione

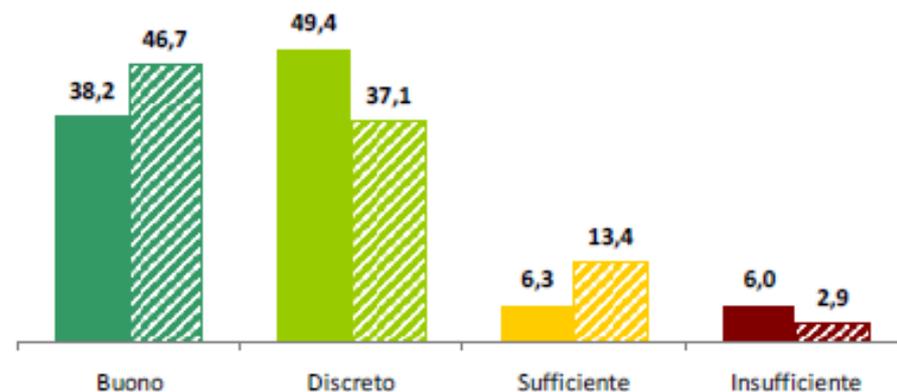
MODALITA' GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

“Come giudica il personale della Camera di Commercio relativamente a:

Cortesia e rispetto verso l'utente.



Tempi di svolgimento delle pratiche.



Base Terni. 367 casi, Italia 6.305 casi. Solo coloro che si sono recati personalmente nel corso dell'ultimo anno presso gli uffici della Camera di Commercio. Dati anno 2013

1.3 Il Piano della Performance in sintesi



La CCIAA di Terni ha interpretato a pieno il dettato normativo (D. lgs. n. 150/09) intervenuto al fine di disciplinare il Ciclo di gestione della Performance. Nel fare ciò ha adottato metodologie e strumenti a supporto del processo redazione del Piano della Performance e, a consuntivo, della presente Relazione della Performance.

I risultati di performance raggiunti sono stati misurati e valutati seguendo il medesimo approccio culturale e metodologico che ha supportato la stesura degli obiettivi strategici, garantendo trasparenza e intelligibilità nel rapporto con gli interlocutori dell'Ente.

L'approccio Balanced Scorecard fatto proprio dalla Camera di Commercio di Terni ha permesso di strutturare la rappresentazione della performance organizzativa ed individuale secondo le prospettive di analisi di seguito descritte:

Imprese, Territorio e Consumatori: prospettiva orientata a misurare il grado di soddisfazione del tessuto economico-sociale, valutando la capacità dell'ente di individuare i bisogni specifici del territorio e degli utenti al fine di garantire la piena soddisfazione delle esigenze e delle aspettative

Processi Interni: Prospettiva orientata ad individuare il grado di efficienza ed efficacia con il quale l'ente gestisce e controlla i processi interni mediante l'ottimizzazione di quelli esistenti ed alla definizione di processi attraverso i quali perseguire gli obiettivi strategici

Apprendimento e Crescita: prospettiva volta alla valorizzazione delle potenzialità interne dell'ente per una crescita del personale in termini di competenze e motivazione nonché al potenziamento delle infrastrutture tecniche e tecnologiche di supporto

Dimensione Economico-Finanziaria dell'Ente: prospettiva orientata al monitoraggio degli aspetti economico-finanziari in relazione alla programmazione strategica volta, quindi, a valutare la gestione dell'ente in ragione della sua capacità di perseguire l'equilibrio di bilancio.

Allo stesso tempo attraverso la metodologia della BSC è stato sviluppato un sistema di reporting, così come verrà evidenziato con la Mappa strategica e nell'albero della performance, che in modo grafico permette di evidenziare con dei colori il livello di realizzazione dell'obiettivo rispetto al target prefissato :

 non raggiungimento dell'obiettivo <70%  parziale raggiungimento dell'obiettivo >70%  pieno raggiungimento dell'obiettivo >90%

1.3 Il Piano della Performance in sintesi – I risultati raggiunti

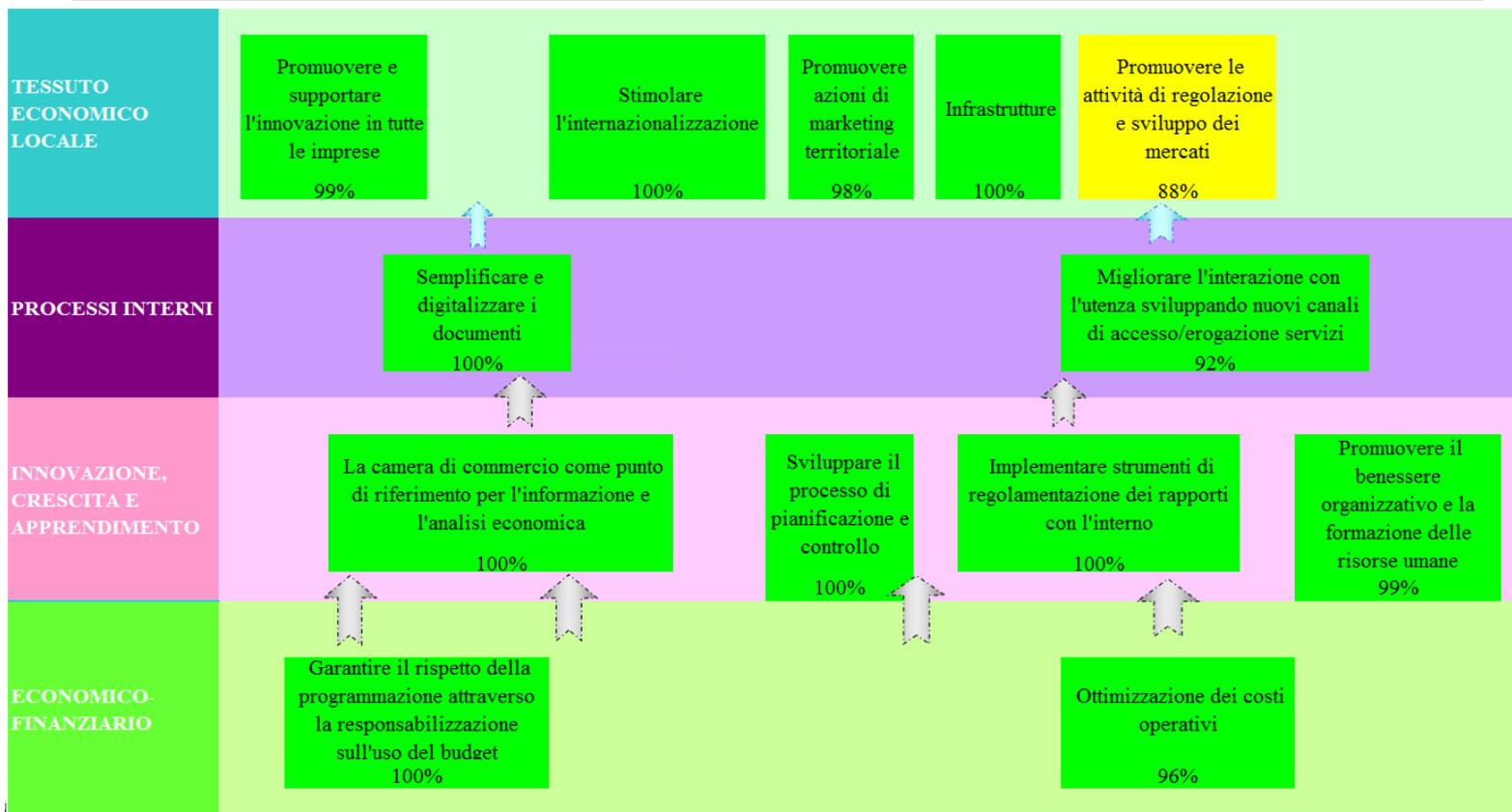
La Mappa Strategica della CCIAA di Terni, di seguito proposta, si identifica in una fotografia sintetica della performance conseguita per l'anno 2013, mediante la declinazione della Vision dell'Ente in Aree Strategiche e relativi Obiettivi Strategici.

La redazione della Mappa Strategica è frutto di una declinazione temporale degli impegni di mandato che, per la CCIAA di Terni, ha avuto avvio nell'anno 2010, pertanto assume carattere di sistematizzazione dei contenuti definiti dapprima nel Programma Pluriennale e, in seguito, nella Relazione Previsionale e Programmatica.

Livello di realizzazione sintetico: Strategia di Ente



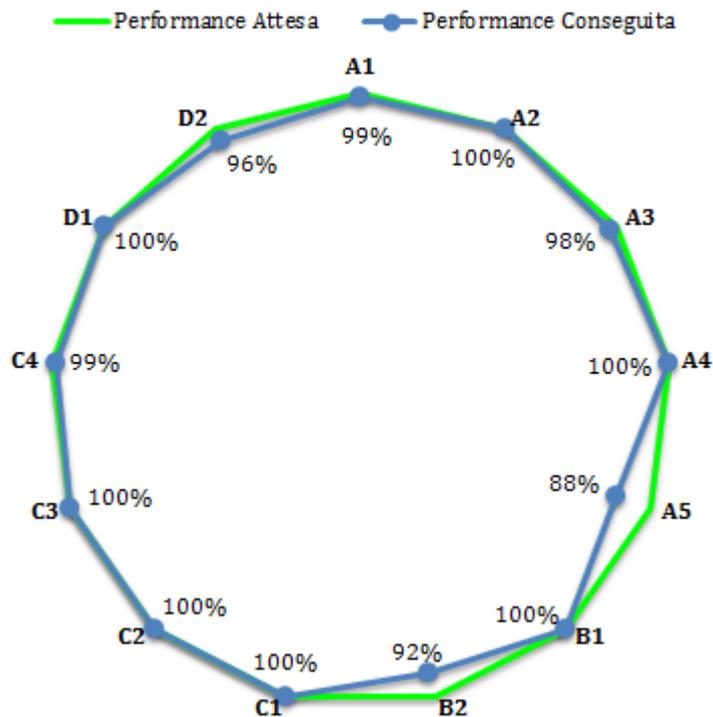
Livello di realizzazione sintetico: Profili performance



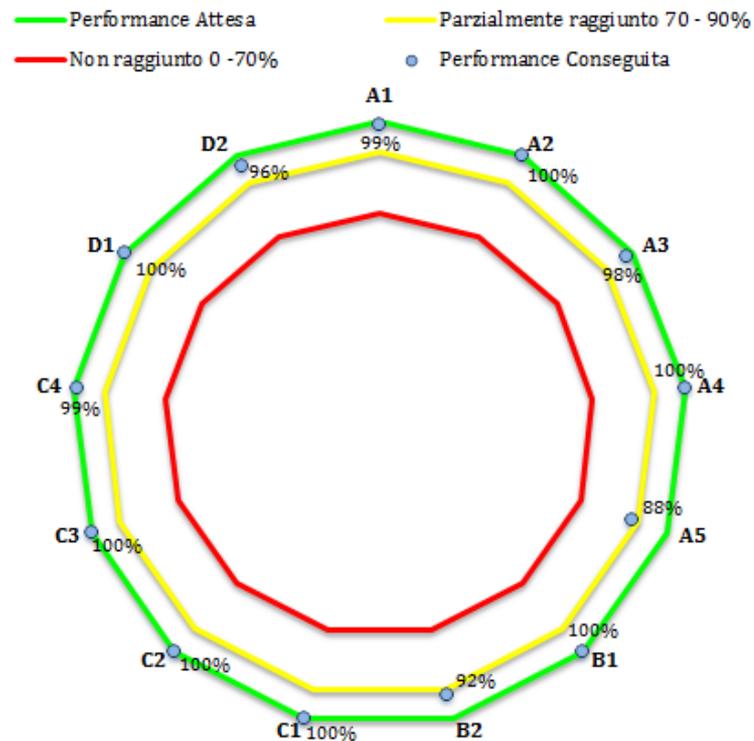
1.3 Il Piano della Performance in sintesi – I risultati raggiunti

Obiettivi Strategici (CCIAA)	N	%
Con target raggiunto (90%-100%)	12	92%
Con target parzialmente raggiunto (70%-89%)	1	8%
Con target non raggiunto (0 - 69%)	0	-
Totale	13	-

Livello di “Coincidenza” tra le performance conseguite e quelle attese (dimensione strategica della performance).



Livello di “Concentrazione” dei livelli di performance conseguita per obiettivo strategico nelle fasce di valutazione della performance.





1.3 Il Piano della Performance in sintesi – le criticità e le opportunità

	criticità	opportunità	Azioni correttive
Imprese, consumatori e territorio	<p>Le risorse destinate al sostegno dell'internazionalizzazione per le PMI potrebbero rappresentare un efficace volano dell'economia ternana se supportate da uno spirito imprenditoriale proattivo e aperto al mercato estero. Si registra tuttora poca fiducia da parte delle piccole medie imprese del territorio sull'impatto a lungo termine dell'inserimento nei mercati esteri nonostante le molteplici iniziative di sensibilizzazione e di formazione realizzate negli ultimi anni.</p> <p>Nella gestione di iniziative in forma associata si riscontrano criticità connesse alla realizzazione di attività di carattere duraturo e strutturato a causa della scarsa disponibilità dei soggetti chiamati a collaborare.</p> <p>L'implementazione della piattaforma CRM con la realizzazione di una banca dati imprese/utenti rappresenta un punto di partenza per instaurare un «dialogo» diretto con le imprese, tuttavia non ancora sfruttato pienamente per la divulgazione delle attività poste in essere.</p> <p>Le disposizioni riguardanti il taglio della spesa hanno comportato l'impossibilità di garantire formazione e aggiornamento costante di tutto il personale</p>	<p>Le risorse destinate dalla Camera di Commercio di Terni per l'asse di innovazione, internazionalizzazione e marketing territoriale costituiscono un mezzo attraverso il quale l'Ente si impegna direttamente a sostenere le imprese del territorio.</p> <p>Ne rappresentano una dimostrazione le risorse destinate al sostegno di piccole e medie imprese del territorio ternano, ad agevolare il sostegno all'occupazione giovanile e alle operazioni di investimento aziendale finalizzate a mantenere o ad accrescere la capacità produttiva.</p> <p>Un fattore di competitività delle imprese enogastronomiche, turistiche e artigianali è rappresentato dal Marchio «Entra in Umbria» attraverso il quale si rilancia l'immagine del territorio ternano, si sostiene l'integrazione tra i comparti produttivi, si incentiva il consumo locale, la conoscenza dei prodotti del territorio e si favorisce la creazione e lo sviluppo di una rete.</p> <p>La gestione del ciclo della performance ha coinvolto l'intera struttura al fine di sensibilizzare tutto il personale nel processo di miglioramento continuo, consentendo l'attivazione di interventi correttivi in corso d'anno.</p>	<p>L'analisi in itinere e il monitoraggio dei risultati raggiunti ha permesso alla Camera di reindirizzare le scelte strategiche definite per il triennio 2012-2014 valutando azioni più efficaci da mettere in campo ai fini del perseguimento della propria mission.</p> <p>In tal senso durante nel 2013 s'è reso necessario procedere ad un aggiornamento del Piano, nel mese di settembre, per allineare le attività camerali all'evoluzione in corso d'anno del contesto esterno e ai bisogni emersi dal territorio.</p>
Processi Interni			
Innovazione e Crescita			
Economico-Finanziario			

1. 3 Il Piano della Performance in sintesi – le politiche di genere

L'esigenza di comprendere meglio quale possa essere la ricaduta sulle donne e sugli uomini delle attività delle Camere di commercio nasce dalla consapevolezza non solo del valore della parità, costituzionalmente garantito, ma anche dall'esigenza di valorizzare le differenze di genere.

Le differenze tra uomini e donne – in termini di condizioni di vita, accesso al lavoro, opportunità di carriera, partecipazione alla vita produttiva – implicano la non neutralità delle politiche rispetto al genere.

Al fine di allineare la propria azione alle esigenze appena descritte, nel corso del 2013 la Camera di Commercio di Terni ha delineato il proprio albero della performance individuando specifici programmi e azioni che hanno una rilevanza anche in ottica di genere, scelta che incide sulla promozione delle pari opportunità e sulla valorizzazione delle risorse umane.

In tal senso, nella descrizione delle performance raggiunte, di seguito proposta, si andranno anche a rendicontare i risultati delle attività inerenti gli obiettivi attinenti alla prospettiva di genere.

Per quanto sopra, la presente Relazione della Performance rappresenta anche un documento di rendicontazione valido per la valutazione delle politiche di genere in grado di:

- mettere a disposizione dei decisori istituzionali uno strumento per capire meglio l'impatto delle loro strategie sugli stakeholder, uomini e donne;
- rimodulare i servizi e le iniziative camerali in funzione delle diverse esigenze espresse e/o rilevate da uomini e donne;
- prospettare nuove possibilità di utilizzare meglio le risorse da finalizzare alle pari opportunità e alle politiche di genere;
- offrire agli stakeholder una lettura globale dell'operato della Camera di commercio;
- sensibilizzare la struttura e il personale interno sulle tematiche di parità.

2. L' Albero della Performance

La Camera di Commercio di Terni ha delineato il proprio albero della performance secondo uno schema logico in grado di rappresentare, anche graficamente, i legami:

Mandato Istituzionale: perimetro nel quale l'amministrazione può e deve operare sulla base delle sue attribuzioni/competenze istituzionali

Mission: ragione d'essere e l'ambito in cui la CCIAA di Terni opera in termini di politiche e di azioni perseguite

Vision: definizione dello scenario a medio e lungo termine da realizzare, attraverso obiettivi strategici, obiettivi operativi ed azioni facendo leva sui tratti distintivi dell'Ente e del Sistema Camerale nel suo complesso

Aree Strategiche: linee di azione in cui vengono idealmente scomposti e specificati il mandato istituzionale, la missione e la visione. L'area strategica può riguardare un insieme di attività, di servizi o di politiche. La definizione delle aree strategiche scaturisce da un'analisi congiunta dei fattori interni e dei fattori di contesto esterno. Rispetto alle aree strategiche sono definiti gli obiettivi strategici, da conseguire attraverso adeguate risorse e piani d'azione.

Obiettivi Strategici: descrizione di un traguardo che l'organizzazione si prefigge di raggiungere per eseguire con successo le proprie aree strategiche.

Obiettivi Operativi - Piani Operativi: dettaglio delle azioni necessarie all'implementazione dei programmi strategici e delle relative modalità (risorse umane, risorse economiche, interventi, ecc).

La Performance Individuale: informazioni sintetiche sul grado di raggiungimento degli obiettivi individuali, garantendo un legame con gli obiettivi strategici della performance organizzativa.

2.1 La Vision e le Aree strategiche

Il D. Lgs. 15 febbraio 2010, n. 23, nel modificare la legge n. 580/93, ha riconosciuto alle Camere di Commercio la natura di enti pubblici dotati di autonomia funzionale che svolgono, nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza, sulla base del principio di sussidiarietà di cui all'articolo 118 della Costituzione, funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali.

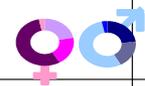
Tale riconoscimento ha dato un nuovo impulso all'Ente camerale per riappropriarsi del ruolo di leadership e di guida delle politiche economiche del territorio che le è proprio, capace di creare un dialogo con le istituzioni locali e con gli altri attori del sistema per la definizione di progetti di sviluppo.

Appare pertanto indispensabile proseguire nell'azione, avviata nel primo anno del mandato, volta a veder riconosciuta la Camera di Commercio quale soggetto che funge da stimolo e da polo di aggregazione sui temi che condizionano lo sviluppo del territorio, capace di attrarre energie e risorse su idee progettuali fortemente innovative nel sistema di governance locale, a partire dal processo in atto di forte consolidamento del ruolo all'interno di "Terni Futura - Laboratorio strategico per la programmazione strategica della provincia di Terni".

La VISION della Camera di Commercio di Terni

**«FAVORIRE LA CRESCITA DI TERNI, DELLA SUA PROVINCIA E DELLE SUE IMPRESE,
CONTRIBUENDO A MIGLIORARE LA QUALITÀ DELLA VITA DEI SUOI CITTADINI.»**

2.2 Gli Obiettivi strategici

Prospettiva		TESSUTO ECONOMICO LOCALE	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013	
A1	Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese				99%	
A1	1	Incrementare la conoscenza delle imprenditrici sulle modalità, opportunità e strumenti di credito e finanziamento	N° imprese fruitrici dei corsi di formazione 	154,00	150,00	100%
A1	2		grado di soddisfazione delle utenti (formazione sistema creditizio - scala da 1 a 5)	4,50	3,00	100%
A1	3	Innovazione finanziaria e sostegno al Credito	Data di pubblicazione dei bandi volti a favorire l'occupazione dei giovani e l'innovazione e la sostituzione dei macchinari obsoleti	01/10/2013	31/12/2013	100%
A1	4	Innovazione tecnica, tecnologica e organizzativa	N° di domande di brevetti e marchi depositate dalle imprese della provincia ternana su tutto il territorio nazionale Anno x* 1000/N° imprese attive anno x	9,60		9,60

La casella dell'indicatore A1.4 è bianca poiché si tratta di un indicatore di solo monitoraggio. Per esso non è stato previsto un livello di performance da raggiungere

Obiettivo strategico	Risorse distribuite	Impatto	Servizi coinvolti
Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese (Innovazione finanziaria e sostegno al credito, Innovazione tecnica, tecnologica e organizzativa)	€ 1.071.516 (risorse relative all'obiettivo Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese nella sua totalità)	Nell'ambito dell'innovazione finanziaria e sostegno al credito si riscontra una buona percentuale di raggiungimento degli obiettivi. Al fine di incentivare la pronta ripresa delle attività delle imprese sono stati erogati contributi volti ad agevolare il sostegno all'occupazione giovanile e alle operazioni di investimento aziendale finalizzate a mantenere o ad accrescere la capacità produttiva: € 450.000,00. Anche il sostegno alle imprese nell'accesso al credito rappresenta da tempo uno degli obiettivi strategici dell'ente camerale (anche per il 2013 è stato riconfermato l'intervento a favore dei Confidi). E' continuato l'impegno della Camera di commercio a sostegno del Consorzio per lo sviluppo del Polo universitario di Terni e della Fondazione Cellule Staminali quali possibili volani di sviluppo del territorio. Di rilievo la convenzione con i consulenti in proprietà industriale per fornire gratuitamente alle imprese ed ai privati interessati a tutelare marchi o invenzioni una consulenza di orientamento più approfondita di quella già offerta normalmente dagli uffici. Il consumo delle risorse per l'innovazione tecnica, tecnologica e organizzativa è pari al 93%.	Promozione e Sviluppo Risorse e Patrimonio

Nella revisione di settembre è stato inserito un indicatore relativo alla pubblicazione di due bandi a sostegno delle imprese



2.2 Gli Obiettivi strategici

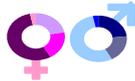


Prospettiva		TESSUTO ECONOMICO LOCALE	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazioni e 2013
A1	Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese				99%
A1	5	N° studenti coinvolti nel Progetto Alternanza scuola lavoro anno x/N° studenti coinvolti nel Progetto Alternanza scuola lavoro anno x-1	2,16	1,40	100%
A1	6	Progetto Impresa in azione: n° classi 5° anno coinvolte	10,00	5,00	100%
A1	7	Progetto Impresa in azione: n° imprese simulate con realizzazione del prodotto	5,00	2,00	100%
A1	8	n° scuole coinvolte nelle visite	15,00	3,00	100%
A1	9	n° studenti del 5°anno coinvolti nelle visite nell'anno X/n° studenti del 5°anno coinvolti nelle visite nell'anno X-1	1,64	1,05	100%
A1	10	N° attività formative realizzate (formazione manageriale, start-up, business plan, nuove imprese, responsabilità sociale di impresa, agenti mediatori e rappresentanti) nell'anno	9,00	10,00	90%
A1	11	N° partecipanti alle attività formative (formazione manageriale, start-up, business plan, nuove imprese, responsabilità sociale di impresa, agenti mediatori e rappresentanti)/N° attività formative realizzate (formazione manageriale, start-up, business plan, nuove imprese, responsabilità sociale di impresa, agenti mediatori e rappresentanti) nell'anno	37,67	25,00	100%
A1	12	N° questionari riportanti un punteggio pari o superiore a discreto relativi allo sviluppo delle competenze/N° questionari realizzati relativi allo sviluppo delle competenze	100%	80%	100%
A1	13	N° di iniziative realizzate per il progetto green economy	2,00	1,00	100%
A1	14	N° nuove imprese innovative nate nell'anno x	0,00		0,00
A1	15	Progetto Continuità di Impresa (n° attività realizzate/n° attività previste)	100%	80%	100%

La casella dell'indicatore A1.15 e A1.14 è bianca poiché è di solo monitoraggio pertanto non è stato previsto un livello di performance da raggiungere

Obiettivo strategico	Risorse distribuite	Impatto	Servizi coinvolti
Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese (Sviluppo del capitale sociale e delle competenze)	€ 1.071.516 (risorse relative all'obiettivo Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese nella sua totalità)	Nel corso del 2013 sono stati avviate un buon numero di attività di carattere innovativo e progetti volti a stimolare l'innovazione, il trasferimento tecnologico e a qualificare il capitale umano a servizio delle imprese del territorio. Nell'ambito del progetto Green Economy sono state realizzate attività che hanno visto il coinvolgimento anche degli istituti scolastici (2 educational tour). Significativa è stata l'azione dell'Ente nell'ambito dei progetti di Alternanza Scuola Lavoro: sono stati attivati e finanziati 18 tirocini all'estero o in contesti lavorativi internazionali e 40 tirocini di lunga durata (sei mesi) per neodiplomati e neolaureati. Inoltre il 10% dei casi allo stage da noi avviato e promosso ha fatto seguito un'assunzione lavorativa. Sono stati organizzati 15 incontri tra imprenditori locali e studenti, presso istituti superiori della provincia (coinvolti circa 900 studenti). Efficace è stato anche il progetto «Impresa in Azione» il quale prevede la creazione di imprese, la realizzazione di prodotti e la vendita finale del prodotto: hanno aderito 5 classi per un totale di 140 studenti, con riconoscimento a livello nazionale di una delle idee progettuali. Continua l'impegno dell'Ente nella realizzazione di attività formative volte allo sviluppo del capitale sociale e delle competenze (9 attività formative con un tasso medio di partecipazione di 37 partecipanti per corso) e alle attività inerenti le politiche di genere. non è stato raggiunto il target delle attività formative poiché non è stato realizzato il	Promozione e Sviluppo Informazione Economica Anagrafe delle Imprese Segreteria di Presidenza

2.2 Gli Obiettivi strategici

Prospettiva		TESSUTO ECONOMICO LOCALE	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione e 2013	
A1	Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese				99%	
A1	16	Progetto Rethinking the product	N° eventi realizzati nell'anno (Progetto Rethinking the product)	2,00	2,00	100%
A1	17		N° imprese coinvolte nel progetto Rethinking the product)	7,00	8,00	88%
A1	18	Costruire percorsi per facilitare le aggregazioni tra le imprese 	N° di incontri realizzati (imprenditoria femminile)	2,00	2,00	100%
A1	19		n° di imprenditrici partecipanti agli incontri	70,00	70,00	100%

Obiettivo strategico	Risorse distribuite	Impatto	Servizi coinvolti
Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese (Responsabilità sociale di impresa, aggregazione di imprese)	€ 1.071.516 (risorse relative all'obiettivo Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese nella sua totalità)	La sensibilizzazione delle imprese per la costituzione di reti è proseguita con la partecipazione al progetto "Rethinking the product" con le Camere di commercio di Prato, Pisa, Lucca e Pistoia. Il progetto ha visto la partecipazione di 7 imprese artigiane della provincia di Terni che nel mese di dicembre hanno presentato i propri prodotti a Berlino ed hanno avuto la possibilità di incontrare importatori, fornitori e clienti con i quali allacciare nuovi contatti. Particolare attenzione è stata dedicata allo sviluppo delle imprese femminili attraverso la realizzazione di un piano formativo delle imprenditrici su tematiche di loro interesse e direttamente attinenti con la situazione economica che le stesse vivono in questo momento particolare della congiuntura e la continuazione de "I pomeriggi al femminile", eventi dedicati alla discussione di tematiche legate al mondo imprenditoriale femminile.	Promozione e Sviluppo Segreteria di Presidenza
Nel corso della revisione del piano nel mese di settembre è stato eliminato un indicatore volto a misurare il grado di soddisfazione delle partecipanti agli incontri sull'imprenditoria femminile			

2.2 Gli Obiettivi strategici



Prospettiva		TESSUTO ECONOMICO LOCALE	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazioni e 2013
A2	Stimolare l'internazionalizzazione				100%
A2	1	N° iniziative di promozione dell'internazionalizzazione realizzate nell'anno	14,00	6,00	100%
A2	2	N° imprese partecipanti alle iniziative realizzate (fiere, incoming, missioni) anno x/N° imprese partecipanti alle iniziative realizzate (fiere, incoming, missioni) anno x-1	0,51	0,50	100%
A2	3	n° aziende che hanno beneficiato di contributi per la partecipazione a fiere a valenza internazionale (italia e estero) nell'anno x	41,00	40,00	100%
A2	4	Supporto all'internazionalizzazione N° questionari riportanti un punteggio pari o superiore a discreto relativi al supporto all'internazionalizzazione/N° questionari realizzati relativi al supporto all'internazionalizzazione	100%	80%	100%
A2	5	N° settori coinvolti agli eventi di promozione realizzati nell'anno (settore agroalimentare-turismo-tecnologie avanzate applicate al settore agroalimentare)	5,00	3,00	100%
A2	6	N° di documenti per l'export rilasciati (carnet ata, certificati d'origine) anno x/N° di documenti per l'export rilasciati (carnet ata, certificati d'origine) anno x-1	0,98		0,98

La casella dell'indicatore A2.6 è bianca poiché è di solo monitoraggio. Per esso non è stato previsto un livello di performance da raggiungere

Obiettivo strategico	Risorse distribuite	Impatto	Servizi coinvolti
Stimolare l'internazionalizzazione	€ 402.246,56	<p>Nel corso del 2013 si registra un forte impegno della Camera nella realizzazione di iniziative di promozione dell'internazionalizzazione (14 iniziative: fiere, incoming, seminari, ecc.) con un buon grado di attrattività delle imprese (199 imprese coinvolte) e un elevato grado di soddisfazione delle stesse sull'operato della Camera. Anche nel 2013 è stata finanziata l'attività del Programma Promozionale del Centro Estero Umbria: «Porte Aperte all'Internazionalizzazione», giornata di consulenze e seminari flash di approfondimento su aspetti operativi dell'operare con l'estero.</p> <p>Tra le azioni di sostegno, in particolare è stato confermato l'utilizzo degli strumenti finanziari a supporto dell'export per le imprese che partecipano a fiere di carattere internazionale in Italia e all'estero.</p> <p>Il bando di contribuzione per la partecipazione a fiere di rilevanza internazionale in Italia e all'estero di imprese singole ha visto l'erogazione del contributo a 41 imprese.</p>	Promozione e sviluppo
<p>Nel corso della revisione del piano nel mese di settembre è stato rivisto il target riguardante lo sviluppo temporale del numero di imprese partecipanti alle iniziative. E' stato inoltre inserito un indicatore volto a misurare il numero di imprese beneficiarie di contributi</p>			



2.2 Gli Obiettivi strategici

Prospettiva		TESSUTO ECONOMICO LOCALE	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013	
A3		Promuovere azioni di marketing territoriale			98%	
A3	1	Sviluppare la capacità di accoglienza del territorio	N° imprese che aderiscono al progetto Entra in Umbria anno x/N° imprese che aderiscono al progetto Entra in Umbria anno x-1	2,42	1,30	100%
A3	2		N° di eventi specifici in cui si promuove il marchio "Entra in Umbria"	5,00	3,00	100%
A3	3		N° questionari riportanti un punteggio pari o superiore a discreto relative ad azioni di marketing territoriale/N° questionari realizzati relative ad azioni di marketing territoriale	73%	80%	92%
A3	5		Indice di permanenza media (presenze/arrivi) anno x/Indice di permanenza media (presenze/arrivi) anno x-1	0,48		0,48
A3	6		Flusso turistico (arrivi) presso anno x/Flusso turistico (arrivi) presso anno x-1	1,00		1,00
A4			Infrastrutture			100%
A4	1	Miglioramento della mobilità di cittadini e imprese	Convegno di presentazione della revisione del progetto viario	20/06/2013	30/10/2013	100%

La casella degli indicatori A3.5 e A3.6 è bianca poiché sono di solo monitoraggio. Per essi non è stato previsto un livello di performance da raggiungere

Obiettivo strategico	Risorse distribuite	Impatto	Servizi coinvolti
Promuovere azioni di marketing territoriale	€ 283.140	Gli obiettivi di marketing territoriale – promuovere l'area della provincia di Terni, incrementare i flussi turistici, valorizzare e garantire la qualità dei prodotti sono stati perseguiti attraverso il finanziamento di alcuni eventi realizzati sul territorio. Sono state realizzate azioni di valorizzazione e tutela della qualità delle produzioni agroalimentari tipiche attraverso la diffusione del marchio territoriale "Entra in Umbria", creando un'immagine coordinata delle iniziative promozionali realizzate dalla Camera di commercio nell'arco dell'anno (5 iniziative con la partecipazione di 109 imprese, il dato si è più che duplicato rispetto al 2012). La Camera di Commercio ha, inoltre, rafforzato il ruolo dell'ente come attore di sviluppo del territorio attraverso un sistema di alleanze finalizzato alla realizzazione di programmi che creino valore aggiunto al sistema economico. La Camera di commercio è stata presente con lo stand "Entra in Umbria" in eventi importanti per il territorio provinciale quali: Cioccolentino a Terni nel mese di febbraio nell'ambito degli eventi valentiniani, Agricolina a Montecastrilli nel mese di aprile e "Archery Village" in agosto in occasione dei Campionati europei di tiro con l'arco con una media di 6 imprese dell'agroalimentare e dell'artigianato.	Promozione e sviluppo
Infrastrutture	€ 609	Sul fronte delle infrastrutture la Camera di commercio, anche in risposta alle continue sollecitazioni provenienti dalla struttura imprenditoriale locale, ha rinnovato il proprio impegno per l'assoluta priorità di poter disporre di una rete infrastrutturale al passo con i tempi ed adeguata alle nuove progettualità. Nel giugno 2013 è stato presentato il progetto di adeguamento della SS Falminia nel tratto Terni-Spoleto che ha portato alla sigla di un Protocollo di Intesa.	Informazione economica

Nel corso della revisione del piano nel mese di settembre è stato eliminato un indicatore volto a misurare il numero di imprese che confermano o acquisiscono il marchio di qualità nell'anno rispetto all'anno precedente

2.2 Gli Obiettivi strategici

Prospettiva			TESSUTO ECONOMICO LOCALE	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013
A5			Promuovere le attività di regolazione e sviluppo dei mercati			88%
A5	1	Informare e rendere trasparenti i mercati	N° iniziative sui diritti dei consumatori in collaborazione con istituzioni locali (Università o Associazioni di categoria)	1,00	1,00	100%
A5	2		N° pubblicazioni inerenti la tutela del consumatore	1,00	1,00	100%
A5	3	Risolvere con efficacia i conflitti	N° conciliazioni avviate *1000/N° imprese attive anno x	0,37		0,37
A5	4		N°conciliazioni concluse entro 60 gg dalla domanda/N° Conciliazioni concluse	67%	80%	83%
A5	5		N° conciliazioni con buon esito/N° conciliazioni avviate anno x	14,29%		14,29%
A5	6	Vigilare "per" il mercato	N° ispezioni realizzate nell'anno*1000/N° imprese attive anno x	19,31	12,00	100%
A5	7		N° ispezioni realizzate nell'anno x/N° ispezioni realizzate nell'anno x-1	0,75	1,05	71%

La casella degli indicatori A5.3, A5.5 e A5.6 è bianca poiché sono di solo monitoraggio. Per essi non è stato previsto un livello di performance da raggiungere.

Obiettivo strategico	Risorse distribuite	Impatto	Servizi coinvolti
Promuovere le attività di regolazione e sviluppo dei mercati	€ 10.807,41	<p>L'obiettivo risulta raggiunto al 88% in quanto sono stati conseguiti tutti i target previsti per la Tutela del consumatori, ma incidono negativamente i lunghi tempi di conclusione della conciliazione e il numero di ispezioni realizzate. Nel corso dell'anno sono state gestite 7 mediazioni. Il parziale raggiungimento dell'indicatore A5.4 è dipeso dai numerosi rinvii richiesti da una delle parti.</p> <p>Nel corso del 2013 è stata realizzata un'iniziativa sui diritti dei consumatori in collaborazione con istituzioni locali e una pubblicazione inerente la tutela del consumatore.</p> <p>Per quanto riguarda l'attività di vigilanza sul mercato sono state realizzate 19,31 ispezioni ogni 1.000 imprese rispetto ad un target di 12. Ma il numero delle ispezioni realizzate nell'anno 2013 è diminuito rispetto al dato 2012. Nel corso dell'anno gli ispettori camerale hanno effettuato 368 visite di verifica legate alla vigilanza sugli strumenti metrici (verificati 1452 strumenti per pesare, misure lineari, distributori di carburante, convertitori di volumi di gas), oltre all'attività legata alla sorveglianza dei laboratori accreditati.</p> <p>Il 2013 ha visto inoltre la prosecuzione dell'attività congiunta con la Camera di Perugia consistente in una distribuzione territoriale delle verifiche sui distributori di carburanti diversa da quella basata sui confini provinciali e finalizzata a ridurre i costi di spostamento dei rispettivi ispettori metrici.</p>	Tutela e regolazione del mercato

2.2 Gli Obiettivi strategici



Prospettiva		PROCESSI INTERNI	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013
B1	Semplificare e digitalizzare i documenti				100%
B1	Migliorare l'efficienza delle procedure interne attraverso un maggior utilizzo delle tecnologie informatiche	N° fascicoli trasmessi all'archivio/N° fascicoli conclusi	100%	80%	100%
B1		Egiori intercorrenti tra la data di arrivo della fattura (completa di Durc e conto dedicato) e la data di mandato di pagamento/N° fatture pervenute e pagate	17,64	30,00	100%
B1		n° fatture (completa di Durc e conto dedicato) pagate entro 30 gg/N° fatture pervenute e pagate	92%	80%	100%
B2	Migliorare l'interazione con l'utenza sviluppando nuovi canali di accesso/erogazione servizi				92%
B2	Migliorare l'interazione con l'utenza sviluppando nuovi canali di accesso/erogazione dei servizi	N° dispositivi di firma digitale (dato stock)/N° imprese attive anno x	43%	37%	100%
B2		N° attività informative all'utenza (starweb e Comunica) realizzate nell'anno	10,00	10,00	100%
B2		N° partecipanti alle attività informative/N° attività informative all'utenza (starweb e Comunica) realizzate nell'anno	7,20	9,00	80%
B2		% pratiche evase entro 5 gg	53%	60%	89%
B2		% pratiche sospese	24%		24%

La casella dell'indicatore B2.5 è bianca poiché è di solo monitoraggio. Per esso non è stato previsto un livello di performance da raggiungere.

Obiettivo strategico	Risorse distribuite	Impatto	Servizi coinvolti
Semplificare e digitalizzare i documenti	€ 27.170	Nell'anno 2013 si è concluso l'impianto del nuovo sistema di fascicolazione e archiviazione delle pratiche che sono state trasmesse all'archivio nella loro totalità consentendo di liberare un considerevole spazio nell'archivio camerale e ricerche più veloci. Il 92% delle fatture (complete di Durc e conto dedicato) viene pagato entro 30 giorni dal loro arrivo.	Diffuso a tutto l'ente
Migliorare l'interazione con l'utenza sviluppando nuovi canali di accesso/erogazione servizi	€ 18.370	Sono state realizzate le 10 iniziative previste con una partecipazione media di circa 7 partecipanti ad ogni iniziativa. Le richieste di partecipazione dell'utenza non sono state adeguate alle aspettative degli anni precedenti per tale motivo il target risulta parzialmente raggiunto. Si registra una criticità nella lavorazione delle pratiche e nell'evasione delle stesse entro 5 giorni, pur a fronte di un target parzialmente raggiunto. Nel 2013 grazie anche all'impegno dell'Ente nell'erogare attività informativa/formativa sulle modalità di compilazione delle pratiche si assiste ad una riduzione della percentuale di pratiche che necessitano di una sospensione /correzione (dal 37% anno 2012 al 24% anno 2013).	Anagrafe delle imprese Diffuso a tutto l'ente

2.2 Gli Obiettivi strategici



Prospettiva		INNOVAZIONE, CRESCITA E APPRENDIMENTO	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013	
C1	La camera di commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica				100%	
C1	1	La Camera di Commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica	N° di riviste Camera di Commercio News realizzate nell'anno	4,00	4,00	100%
C1	2		N° pubblicazioni realizzate nell'anno di carattere socio-economico	4,00	2,00	100%
C1	3	Potenziamento comunicazione esterna	n° iniziative promosse tramite crm	17,00	10,00	100%
C1	4		n° momenti di incontro con gli stakeholder (su tutte le attività camerali, es giornata trasparenza, incontri su progetti specifici)	6,00	6,00	100%
C1	5		n° report di natura statistica effettuati nell'anno (mensile) su determinate tipologie di fenomeni (imprenditoria femminile, stranieri, congiuntura, ..)	17,00	10,00	100%
C1	6		Data di realizzazione del Piano anticorruzione	27/03/2013	31/03/2013	100%

Obiettivo strategico	Risorse distribuite	Impatto	Servizi coinvolti
La Camera di commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica		<p>Nel 2013, oltre alle informazioni di carattere statistico-congiunturale che, con cadenza trimestrale, hanno riguardato in particolare la natimortalità delle imprese, sono state estrapolate nuove informazioni per il sistema economico e gli attori sociali del territorio. Si tratta degli approfondimenti sulle imprese femminili, diffusi nel corso del mese di novembre e sulle imprese con titolari stranieri.</p> <p>Nel corso dell'anno inoltre l'Ente si è impegnato molto nella realizzazione di molteplici momenti di incontro / confronto con gli stakeholder. Il servizio "Ciao Impresa", inserito nel progetto CRM (Customer Relationship Management) offerto dalla Camera di Commercio di Terni alle imprese del territorio nel corso del 2013 ha visto una ulteriore fase di implementazione delle banche dati e di diffusione all'interno dei vari uffici per consentire all'Ente camerale una vera e propria programmazione di azioni di informazione, comunicazione e servizio personalizzato. Con tale strumento sono state avviate nel corso dell'anno 17 campagne di informazione e di comunicazione rivolte a soggetti coinvolti nelle iniziative camerali.</p>	Informazione economica

2.2 Gli Obiettivi strategici



Prospettiva		INNOVAZIONE, CRESCITA E APPRENDIMENTO	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013	
C2	Sviluppare il processo di pianificazione e controllo				100%	
C2	1	Caricamento dei dati sul cruscotto Balanced Scorecard	4,00	4,00	100%	
C2	2	N° report sullo stato di avanzamento della spesa rispetto al budget inviati periodicamente ai responsabili di servizio	4,00	4,00	100%	
C2	3	Sviluppare il Processo di Pianificazione e Controllo	N° di step di controllo sullo stato di realizzazione degli obiettivi realizzati nell'anno	5,00	4,00	100%
C2	4		Punteggio ottenuto check-up anno X/Punteggio ottenuto check-up anno X-1	1,05	1,00	100%
C2	5		Presentazione al personale dell'analisi sui risultati derivanti dal confronto con altre Camere di commercio sui processi e servizi erogati nell'anno 2012	04/12/2013	31/12/2013	100%
C3	Implementare strumenti di regolamentazione dei rapporti con l'interno				100%	
C3	1	Realizzazione indagine di customer satisfaction	Livello di soddisfazione dell'utente	7,50	7,50	100%

Obiettivo strategico	Risorse distribuite	Impatto	Servizi coinvolti
Sviluppare il processo di Pianificazione e Controllo	-	L'obiettivo risulta raggiunto al 100%. Sono stati trasmessi 4 report periodici sullo stato di avanzamento della spesa agli uffici interessati e 5 step di controllo sullo stato di attuazione degli obiettivi. Punteggio check-up pari a 2,70. Nel corso del 2013 si assiste ad una generale crescita della struttura interna anche se occorre puntare verso una maggiore interiorizzazione dello strumento.	Segreteria di Presidenza e Direzione Diffuso a tutto l'ente
Implementare strumenti di regolamentazione dei rapporti con l'interno	-	Nel corso del 2013 sono stati resi noti i risultati della Customer Satisfaction realizzata prendendo come campione un numero di 367 imprese. Il grado di soddisfazione dell'utente è stato superiore al 7,50/10.	Informazione economica

2.2 Gli Obiettivi strategici



Prospettiva		INNOVAZIONE, CRESCITA E APPRENDIMENTO	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013
C4	Promuovere il benessere organizzativo e la formazione delle risorse umane				99%
C4	1	N° partecipanti ad attività di formazione per sviluppare le competenze interne/tot. Personale	39%	30%	100%
C4	2	Promuovere il benessere organizzativo e la formazione delle risorse umane N° giornate di formazione/tot. Personale	0,93	1,00	93%
C4	3	N° incontri con il personale camerale per condivisione dei valori	3,00	2,00	100%
C4	4	Livello di coinvolgimento dei dipendenti in gruppi di lavoro N° di progetti di gruppo attivati	2,00	2,00	100%
C4	5	N° di dipendenti che partecipano a progetti condivisi/tot. Personale	24%	20%	100%

Obiettivo strategico	Risorse distribuite	Impatto	Servizi coinvolti
Promuovere il benessere organizzativo e la formazione delle risorse umane	-	Sono stati realizzati 3 incontri del Presidente e del Segretario generale con tutto il personale per la condivisione dei valori. Anche nel 2013 l'attività di formazione esterna si è notevolmente contenuta ed ha comportato la non possibilità di garantire la formazione a tutto il personale camerale. Tuttavia è continuata la formazione on the job e la partecipazione a gruppi di lavoro intercamerali. Al fine di accrescere la condivisione dei valori e promuovere il benessere organizzativi sono stati realizzati 2 progetti trasversali (gruppo di lavoro per Anticorruzione e per il progetto sulla Dieta Mediterranea) che hanno visto il coinvolgimento di quasi tutti i servizi camerali.	Diffuso a tutto l'ente

2.2 Gli Obiettivi strategici

Prospettiva		ECONOMICO-FINANZIARIO	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013	
D1	Garantire il rispetto della programmazione attraverso la responsabilizzazione sull'uso del budget				100%	
D1	1	Realizzazione delle iniziative programmate	Costi sostenuti per interventi promozionali/Costi previsti per interventi promozionali	88%	70%	100%
D1	2	Incrementare nel medio-lungo periodo il va lordo distribuito al tessuto economico produttivo	Valore aggiunto distribuito al tessuto economico produttivo/Valore aggiunto distribuito	81%	60%	100%
D1	3		Valore aggiunto distribuito al tessuto economico produttivo/N° imprese attive anno x	160,05	140,00	100%
D1	4	Capacità di riscossione del diritto annuale	Entrate effettivamente riscosse da d.a./totale entrate preventivate d.a.	72%	70%	100%
D2	Ottimizzazione dei costi operativi				96%	
D2	1	Ottimizzazione dei costi operativi	(Oneri operativi funzioni C e D/Imprese attive) anno x/(Oneri operativi funzioni C e D/Imprese attive) anno x-1	0,91	1,00	100%
D2	2	Ottimizzazione dei costi di funzionamento	Costi di funzionamento anno X/Costi di funzionamento anno X-1	0,95	1,00	100%
D2	3	Analisi Gestione Corrente	Id_360_Oneri correnti delle Funzioni I A e B/Oneri Correnti	53%	50%	95%
D2	4	Incidenza dei costi di struttura	Id355_Costi di Struttura [(Oneri della gestione corrente: C/E-B) - Costo per gli interventi economici (C/E-B 8)]/Proventi della gestione corrente	83%	75%	89%

Obiettivo strategico	Risorse distribuite	Impatto	Servizi coinvolti
Garantire il rispetto della programmazione attraverso la responsabilizzazione sull'uso del budget	-	Il personale che realizza i principali servizi dell'ente (anagrafici, promozionali e di regolazione del mercato) nonché i Responsabili dei servizi sono tenuti a monitorare le risorse che la Giunta camerale ha assegnato al dirigente per ciascun obiettivo e vengono fatte verifiche periodiche insieme alla Ragioneria per lo stato avanzamento lavori. Per l'anno 2013 sono state utilizzate l'88% delle risorse disponibili. Grazie alle scelte strategiche messe in atto di intervento sul territorio, di cospicuo sostegno alle PMI, positiva è stata la ricaduta sulle imprese in termini di valore aggiunto prodotto e distribuito (160 euro per impresa). In linea con il target previsto anche la percentuale di riscossione del diritto annuale	Diffuso a tutto l'ente
Ottimizzazione dei costi operativi	-	L'obiettivo è misurato andando a confrontare il costo medio operativo dei servizi erogati per impresa attiva calcolato come somma dei costi del personale, costi di funzionamento e ammortamenti e accantonamenti delle Funzione istituzionali C e D rispetto alle imprese attive confrontandolo con l'anno precedente. Il dato ottenuto per il 2013 rispetta il target di mantenimento dello standard dell'anno 2012.	Diffuso a tutto l'ente

2.3 Il Cascading: dagli obiettivi strategici agli obiettivi e piani operativi – Servizio Risorse e Patrimonio



	Prospettiva	TESSUTO ECONOMICO LOCALE	% Realizzazione 2013
A1	Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese		100%
	Prospettiva	PROCESSI INTERNI	% Realizzazione 2013
B1	Semplificare e digitalizzare i documenti		100%
	Prospettiva	INNOVAZIONE, CRESCITA E APPRENDIMENTO	% Realizzazione 2013
C1	La camera di commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica		100%
C2	Sviluppare il processo di pianificazione e controllo		100%
C4	Promuovere il benessere organizzativo e la formazione delle risorse umane		99%
	Prospettiva	ECONOMICO-FINANZIARIO	% Realizzazione 2013
D1	Garantire il rispetto della programmazione attraverso la responsabilizzazione sull'uso del budget		100%

**** Si veda l'allegato per il Cruscotto del Servizio dettagliato con obiettivi, indicatori e target**

2.3 Il Cascading: dagli obiettivi strategici agli obiettivi e piani operativi – Servizio Promozione e Informazione Economica



Prospettiva					TESSUTO ECONOMICO LOCALE	% Realizzazione 2013
A1	Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese					99%
A2	Stimolare l'internazionalizzazione					100%
A3	Promuovere azioni di marketing territoriale					95%
A4	Infrastrutture					100%
Prospettiva					PROCESSI INTERNI	% Realizzazione 2013
B1	Semplificare e digitalizzare i documenti					100%
Prospettiva					INNOVAZIONE, CRESCITA E APPRENDIMENTO	% Realizzazione 2013
C1	La camera di commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica					100%
C3	Implementare strumenti di regolamentazione dei rapporti con l'interno					100%
Prospettiva					ECONOMICO-FINANZIARIO	% Realizzazione 2013
D1	Garantire il rispetto della programmazione attraverso la responsabilizzazione sull'uso del budget					100%

** Si veda l'allegato per il Cruscotto del Servizio dettagliato con obiettivi, indicatori e target

2.3 Il Cascading: dagli obiettivi strategici agli obiettivi e piani operativi – Servizio Anagrafe delle Imprese

Prospettiva					TESSUTO ECONOMICO LOCALE	% Realizzazioni e 2013
A1	Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese					72%
Prospettiva					PROCESSI INTERNI	% Realizzazioni e 2013
B1	Semplificare e digitalizzare i documenti					100%
B2	Migliorare l'interazione con l'utenza sviluppando nuovi canali di accesso/erogazione servizi					92%
B3	Migliorare la qualità delle anagrafiche camerali					100%
Prospettiva					INNOVAZIONE, CRESCITA E APPRENDIMENTO	% Realizzazioni e 2013
C1	La camera di commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica *					100%
Prospettiva					ECONOMICO-FINANZIARIO	% Realizzazioni e 2013
D1	Garantire il rispetto della programmazione attraverso la responsabilizzazione sull'uso del budget					89%

* Non ci sono stati atti da pubblicare relativi all'obiettivo

** Si veda l'allegato per il Cruscotto del Servizio dettagliato con obiettivi, indicatori e target

2.3 Il Cascading: dagli obiettivi strategici agli obiettivi e piani operativi – Servizio Tutela del mercato



					Prospettiva	TESSUTO ECONOMICO LOCALE	% Realizzazione 2013	
A1	Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese							100%
A5	Promuovere le attività di regolazione e sviluppo dei mercati							91%
					Prospettiva	PROCESSI INTERNI	% Realizzazione 2013	
B1	Semplificare e digitalizzare i documenti							100%
					Prospettiva	INNOVAZIONE, CRESCITA E APPRENDIMENTO	% Realizzazione 2013	
C1	La camera di commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica							100%
					Prospettiva	ECONOMICO-FINANZIARIO	% Realizzazione 2013	
D1	Garantire il rispetto della programmazione attraverso la responsabilizzazione sull'uso del budget							83%

** Si veda l'allegato per il Cruscotto del Servizio dettagliato con obiettivi, indicatori e target

2.4 Gli obiettivi individuali: SEGRETARIO GENERALE

TESSUTO ECONOMICO LOCALE		Peso	% Realizzazione 2013
A1	Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese	10%	99%
A2	Stimolare l'internazionalizzazione	10%	100%
A3	Promuovere azioni di marketing territoriale	10%	100%
PROCESSI INTERNI		Peso	% Realizzazione 2013
B1	Semplificare e digitalizzare i documenti	15%	100%
B2	Migliorare l'interazione con l'utenza sviluppando nuovi canali di accesso/erogazione servizi	15%	89%
INNOVAZIONE, CRESCITA E APPRENDIMENTO		Peso	% Realizzazione 2013
C1	La camera di commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica	10%	100%
C2	Sviluppare il processo di pianificazione e controllo	10%	100%
C3	Sviluppare competenze individuali	5%	87%
C4	Promuovere il benessere organizzativo e la formazione delle risorse umane	5%	100%
ECONOMICO-FINANZIARIO		Peso	% Realizzazione 2013
D2	Ottimizzazione dei costi operativi	10%	94%



Gli obiettivi individuali: SEGRETARIO GENERALE

Si riporta di seguito il Cruscotto di Performance individuale dettagliato con obiettivi, indicatori e target

Prospettiva	TESSUTO ECONOMICO LOCALE			Peso	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013
Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese				10%			99%
1	Sviluppo del capitale sociale e delle competenze per il tessuto economico sociale	Progetto green economy	N° di iniziative realizzate per il progetto green economy	45%	2,00	1,00	100%
2		Livello di realizzazione delle attività del Progetto Continuità di Impresa	Progetto Continuità di Impresa (n° attività realizzate/n° attività previste)	25%	100%	80%	100%
3		Erogazione di contributi a sostegno delle imprese	Data di pubblicazione dei bandi volti a favorire l'occupazione dei giovani e l'innovazione e la sostituzione dei macchinari obsoleti	20%	01/10/2013	31/12/2013	100%
4		Costruire percorsi per facilitare le aggregazioni tra le imprese	Progetto Rethinking the Product	N° imprese coinvolte nel progetto Rethinking the product)	10%	7,00	8,00
Stimolare l'internazionalizzazione				10%			100%
1	Supporto all'internazionalizzazione	Livello di realizzazione di iniziative di promozione dell'internazionalizzazione	N° iniziative di promozione dell'internazionalizzazione realizzate nell'anno	100%	14,00	6,00	100%
Promuovere azioni di marketing territoriale				10%			100%
1	Sviluppare la capacità di accoglienza del territorio	Progetto Entra in Umbria	N° imprese che aderiscono al progetto Entra in Umbria anno x/N° imprese che aderiscono al progetto Entra in Umbria anno x-1	50%	2,42	1,30	100%
2			N° di eventi specifici in cui si promuove il marchio "Entra in Umbria"	50%	5,00	3,00	100%
Prospettiva	PROCESSI INTERNI			Peso	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013
Semplificare e digitalizzare i documenti				15%			100%
1	Migliorare l'efficienza delle procedure interne attraverso un maggior utilizzo delle tecnologie informatiche	Percentuale di fatture pagate entro 30 gg	n° fatture (completa di Durc e conto dedicato) pagate entro 30 gg/N° fatture pervenute e pagate	100%	92%	80%	100%
Migliorare l'interazione con l'utenza sviluppando nuovi canali di accesso/erogazione servizi				15%			89%
1	Migliorare l'interazione con l'utenza sviluppando nuovi canali di accesso/erogazione dei servizi	Percentuale di pratiche evase entro 5 gg	% pratiche evase entro 5 gg	100%	53%	60%	89%

Gli obiettivi individuali: SEGRETARIO GENERALE

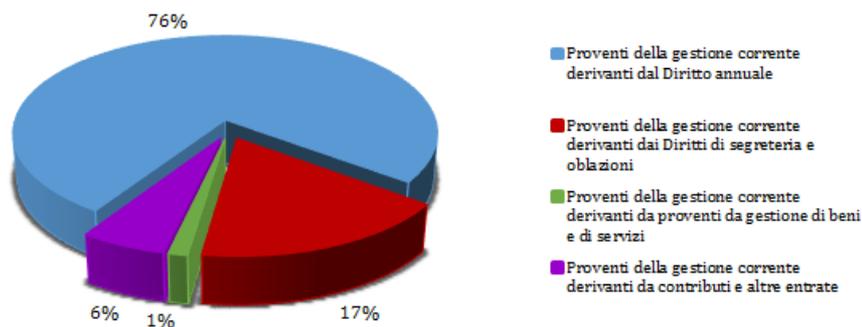
Prospettiva		INNOVAZIONE, CRESCITA E APPRENDIMENTO	Peso	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013
La camera di commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica			10%			100%
1	Potenziamento comunicazione esterna	Grado di coinvolgimento degli stakeholders esterni nella definizione della strategia dell'ente n° momenti di incontro con gli stakeholder (su tutte le attività camerali, es giornata trasparenza, incontri su progetti specifici)	100%	6,00	6,00	100%
Sviluppare il processo di pianificazione e controllo			10%			100%
1	Sviluppare il Processo di Pianificazione e Controllo	Livello raggiunto di maturità del ciclo di gestione della performance Punteggio ottenuto check-up anno X/Punteggio ottenuto check-up anno X-1	50%	1,05	1,00	100%
2		Progetto benchmarking toscano Presentazione al personale dell'analisi sui risultati derivanti dal confronto con altre Camere di commercio sui processi e servizi erogati nell'anno 2012	50%	04/12/2013	31/12/2013	100%
Sviluppare competenze individuali			5%			87%
1	Partecipazioni percorsi formativi specifici al fine di sviluppare le competenze individuali	Grado di partecipazione alle giornate formative previste N° partecipazioni alle giornate formative/N° giornate formative previste	100%	74%	85%	87%
Promuovere il benessere organizzativo e la formazione delle risorse umane			5%			100%
1	Promuovere il benessere organizzativo e la formazione delle risorse umane	Livello di realizzazione di incontri con il personale per la condivisione dei valori N° incontri con il personale camerale per condivisione dei valori	50%	3,00	2,00	100%
2		Livello di partecipazione ad attività formativa N° incontri mensili con i responsabili	50%	14,00	12,00	100%
Prospettiva		ECONOMICO-FINANZIARIO	Peso	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013
Ottimizzazione dei costi operativi			10%			94%
1	Ottimizzazione dei costi operativi	Livello di efficienza operativa (Oneri operativi funzioni C e D/Imprese attive) anno x/(Oneri operativi funzioni C e D/Imprese attive) anno x-1	50%	0,91	1,00	100%
2	Incidenza dei costi di struttura	Incidenza dei costi di struttura rispetto ai Proventi correnti (indicatore bench e pareto) Id355_Costi di Struttura [(Oneri della gestione corrente: C/E-B) - Costo per gli interventi economici (C/E-B 8)]/Proventi della gestione corrente	50%	83%	75%	89%

3. La dimensione economico-finanziaria: risorse, efficienza ed economicità

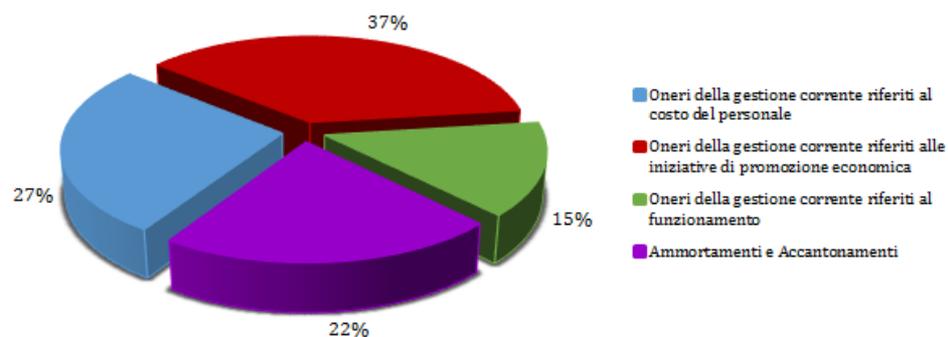
PROVENTI	CCIAA TR		
	2011	2012	2013
Proventi della gestione corrente derivanti dal Diritto annuale	4.047.371,16	4.143.486,42	4.175.628,44
Proventi della gestione corrente derivanti dai Diritti di segreteria e oblazioni	977.953,69	935.630,47	939.081,88
Proventi della gestione corrente derivanti da proventi da gestione di beni e di servizi	978.185,34	98.490,88	68.352,68
Proventi della gestione corrente derivanti da contributi e altre entrate	404.172,56	1.015.350,34	306.408,87

ONERI	CCIAA TR		
	2011	2012	2013
Oneri della gestione corrente riferiti al costo del personale	1.672.601,57	1.705.645,80	1.749.959,01
Oneri della gestione corrente riferiti alle iniziative di promozione economica	2.598.571,29	3.580.792,93	2.410.694,46
Oneri della gestione corrente riferiti al funzionamento	1.508.538,04	1.021.056,55	950.947,38
Ammortamenti e Accantonamenti	1.076.714,97	1.357.886,80	1.406.529,44

Composizione Proventi Gestione Corrente (anno 2013)



Composizione Oneri Gestione Corrente (anno 2013)



3. La dimensione economico-finanziaria: risorse, efficienza ed economicità

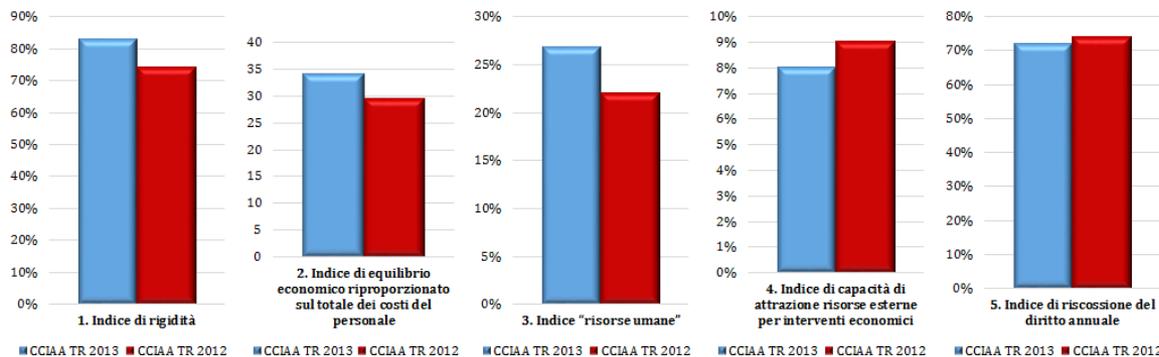
INDICATORE	COMPOSIZIONE	CCIAA TR 2013	CCIAA TR 2012	CCIAA TR 2011
Margine di struttura	Patrimonio netto + Passivo Fisso/ Immobilizzazioni			
	Misura la solidità patrimoniale, esprime la capacità dell'Ente di coprire gli impieghi di lungo periodo (= immobilizzazioni materiali, immateriali e finanziarie) con fonti di lungo periodo (patrimonio netto e passivo fisso). Vi è una situazione di equilibrio quando gli impieghi di lungo periodo sono finanziati da fonti di lungo periodo	3,15	3,32	3,78
Margine di tesoreria	Attivo Circolante/Passivo Circolante			
	Il margine di tesoreria misura la capacità di copertura dei debiti a breve con le liquidità e le disponibilità differite (crediti). Esprime il grado di correlazione tra impieghi correnti (= attivo circolante = magazzino + disponibilità liquide + crediti a breve) e fonti di breve periodo = passivo circolante = debiti a breve). Vi è una situazione di equilibrio quando le passività correnti sono coperte dalle disponibilità liquide e differite.	2,77	2,23	2,53
Margine di struttura finanziaria a breve termine	Attivo circolante - passivo a breve/Passivo a breve			
	Misura la capacità dell'Ente camerale di far fronte ai debiti a breve termine (ossia quelli con scadenza entro 12 mesi) mediante la liquidità disponibile o con i crediti a breve.	1,77	1,23	1,53
Solidità finanziaria	Patrimonio netto/Passivo totale			
	Misura la solidità finanziaria della Camera di Commercio determinando la parte di finanziamento proveniente da mezzi propri	52%	48%	54%

3.2.1 – Stato di Salute Economico-Finanziaria

INDICATORE	COMPOSIZIONE	CCIAA TR 2013	CCIAA TR 2012	CCIAA TR 2011	CCIAA TR 2010	Media Benchmar king 2012	Media Benchmar king 2011
1. Indice di rigidità	ID_355: Oneri correnti – Interventi economici / Proventi Correnti	83%	74%	77%	68%	74%	72%
2. Indice di equilibrio economico riproporzionato sul totale dei costi del personale	(Indice di equilibrio economico-strutturale) + (Indice di equilibrio dimensionale) = (Costi per il personale / proventi correnti) + (rapporto assoluto tra il numero dei dipendenti in servizio, *1000, e il numero delle imprese attive iscritte al registro imprese)	34,04*	29,51*	31,97	29,29	28,93	29,49
3. Indice “risorse umane”	ID_26: Costi del personale / Oneri Correnti	27%	22%	24%	30%	26%	27%
4. Indice di capacità di attrazione risorse esterne per interventi economici	Id_301+31 Contributi per progetti promozionali + proventi da gestione di beni e servizi riferiti ad attività promozionale / Costo per le iniziative di promozione economica	8%	9%	1%	36%	15%	22%
5. Indice di riscossione del diritto annuale	ID73_Importo totale riscossioni spontanee del Diritto Annuale / Dovuto per Diritto Annuale	72%	74%	79%	81%	78%	80%

La «Media Benchmarking» corrisponde alla Media Totale con l'esclusione delle CCIAA del FVG

* Per gli anni 2012 e 2013 il numero di dipendenti in servizio espresso in FTE è calcolato sulle base di 1584 ore/annue e non 1716





3.2.1 - Stato di Salute Economico-Finanziaria

Valore Aggiunto creato e distribuito anno 2013

Il Valore Aggiunto: misura la ricchezza prodotta dall'Ente nell'esercizio, con riferimento agli interlocutori (stakeholder) che partecipano alla sua distribuzione. Riclassificazione dei dati di conto economico in modo da evidenziare la produzione e la distribuzione del valore aggiunto agli stakeholder

Determinazione del Valore Aggiunto

"Differenza" tra valore "attratto" e costi esterni sostenuti per l'acquisto dei fattori produttivi per funzionamento della struttura

Determinazione del Valore Aggiunto Globale Lordo CCIAA Terni 2013

	VA
Valore della produzione	4.230.748,00
<i>Ricavi da Diritto annuale</i>	2.918.254,00
<i>Ricavi da Diritti di segreteria</i>	939.082,00
<i>Contributi trasferimenti e altre entrate</i>	306.409,00
<i>Proventi da gestione di beni e servizi</i>	68.236,00
<i>Variazione delle rimanenze</i>	- 1.233,00
Costi di struttura	1.275.741,00
<i>Costi del personale (funzioni istituzionali a e b)</i>	858.160,00
<i>Costi di funzionamento (funzioni istituzionali a e b)</i>	417.581,00

Valore Aggiunto Caratteristico Lordo

2.955.007,00

Componenti accessori e straordinari	
+/- Saldo gestione accessoria	104.325,00
+/- Saldo componenti straordinari	700.782,00
Valore Aggiunto Globale Lordo	3.760.114,00

Distribuzione del Valore Aggiunto

Aggregazione dei costi esterni sostenuti per l'acquisizione di beni e servizi e per la realizzazione delle finalità istituzionali riconducibili agli stakeholder:

Distribuzione del Valore Aggiunto Globale Lordo CCIAA Terni 2013

	VA
Sistema economico produttivo	3.049.447,00
<i>Servizi anagrafico-certificativi</i>	562.847,00
<i>Servizi di regolazione del mercato e tutela del consumatore</i>	374.900,00
<i>Servizi di promozione e sviluppo dell'economia</i>	2.111.700,00
Camera di Commercio	- 75.746,00
Sistema camerale	467.806,00
Pubblica Amministrazione	318.607,00
Valore Aggiunto Globale Lordo	3.760.114,00

Sistema Economico Produttivo: interventi ed attività a favore del **Sistema imprese** operante sul territorio regionale, che rappresenta il principale portatore d'interesse per il quale la CCIAA opera indipendentemente dal settore economico di attività, dalle dimensioni e dalla natura giuridica e dei **Consumatori Cittadini** destinatari dell'attività di regolazione del mercato

Camera di Commercio; Autofinanziamento della CCIAA per Interventi a Medio Lungo termine, questa categoria costituisce una sorta di salvadanaio per la CCIAA. Con tale dizione si indica in modo generico il volume di finanziamenti che in futuro potranno essere destinati ai portatori di interesse attraverso interventi temporalmente differiti della CCIAA. In questa categoria sono, in altre parole, quantificate le risorse destinate alla realizzazione di interventi da attuarsi nel medio termine, previsti nei programmi pluriennali delle strutture camerali.

Sistema Camerale: quote associative inerenti al Sistema Camerale
Pubblica Amministrazione

3.2.1 - Stato di Salute Economico-Finanziaria

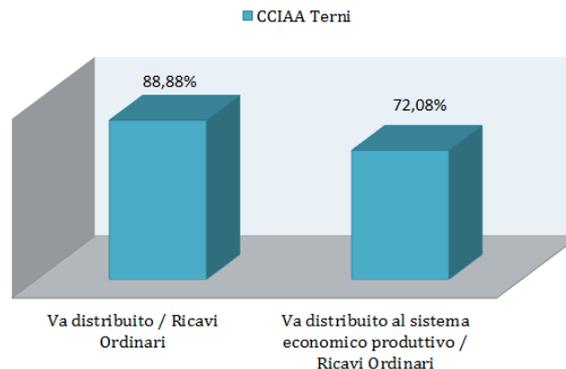
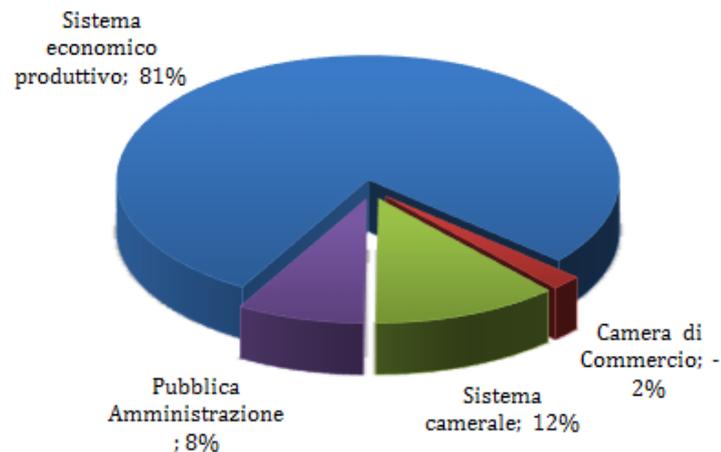
Servizi anagrafico-certificativi	18%
Servizi di regolazione del mercato e tutela del consumatore	12%
Servizi di promozione e sviluppo dell'economia	69%

Sistema economico produttivo	81%
Camera di Commercio	-2%
Sistema camerale	12%
Pubblica Amministrazione	8%

Distribuzione % VA al Sistema Economico Produttivo



Distribuzione del Valore Aggiunto



4. La dimensione di genere: pari opportunità

La CCIAA di Terni ha voluto dare avvio dal 2012 ad un processo di sensibilizzazione degli amministratori e degli stakeholder interni ed esterni sulla questione di genere e sull'impatto diversificato delle politiche:

- ridurre le disuguaglianze di genere attraverso una distribuzione più equa delle risorse,
- migliorare efficacia, efficienza e trasparenza dell'azione amministrativa,
- promuovere una lettura ed un'analisi del contesto di riferimento e delle diverse esigenze presenti nel tessuto economico-sociale e di rispondere coerentemente ad esse,
- rafforzare il principio di trasparenza e di partecipazione per quanto riguarda la gestione delle risorse collettive e le politiche pubbliche.



Attraverso la dimensione di Genere si fornisce infatti una chiave di lettura dell'operato della Camera di commercio di Terni, la quale pur agendo apparentemente in maniera «neutra», in realtà produce effetti differenziati sugli uomini e sulle donne. Essa consente di analizzare, classificare, valutare e rendicontare le politiche di un Ente secondo aree direttamente sensibili secondo le variabili di genere. Politiche per le quali già in fase di pianificazione e predisposizione del Piano della Performance 2013-2015 sono stati individuati specifici obiettivi e iniziative da realizzare nel corso del triennio successivo.

La Camera di Commercio di Terni, e il sistema camerale nel suo complesso, ha riconosciuto l'importanza di questa analisi, quale leva di crescita organizzativa e culturale, consapevole del fatto che garantire pari condizioni sia un elemento di equità ma anche di efficienza e sviluppo.

4. La dimensione di genere: pari opportunità e bilancio di genere

IL CONTESTO INTERNO

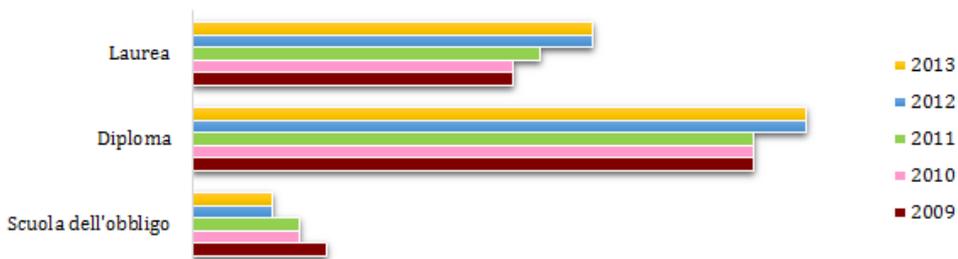
Composizione del Personale in Ruolo (31.12)

Per Categoria	2009		2010		2011		2012		2013	
	Donne	Uomini								
Dirigenti	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
D	5	5	5	6	5	6	5	7	5	7
C	16	7	16	5	17	5	18	6	18	6
B	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
A	0	2	0	2	0	2	0	2	0	2
Totale	23	15	23	14	24	14	25	16	25	16

Composizione del Personale a Tempo Indeterminato

Per Tipologia di Studio	2009		2010		2011		2012		2013	
	Donne	Uomini								
Scuola dell'obbligo	1	4	1	3	1	3	0	3	0	3
Diploma	15	6	15	6	15	6	16	7	16	7
Laurea	6	6	7	5	8	5	9	6	9	6
Totale	22	16	23	14	24	14	25	16	25	16

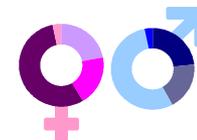
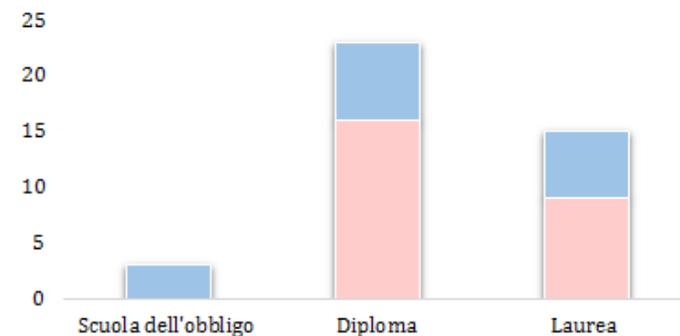
Composizione del Personale per tipologia di studio (31.12.2013)



Composizione del Personale in Ruolo (31.12.2013) per sesso



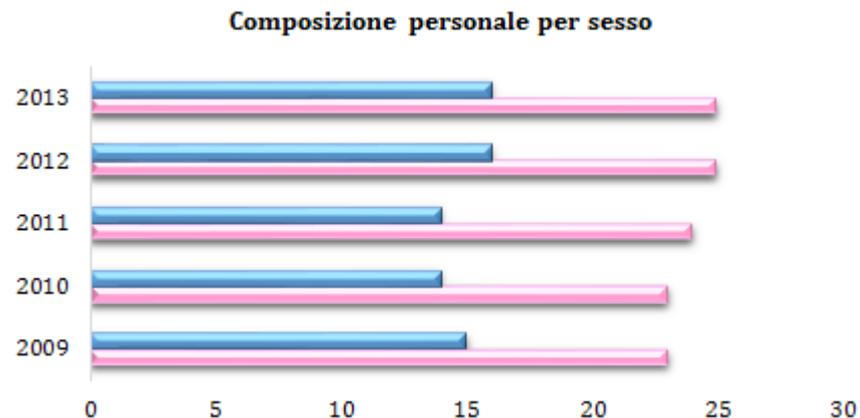
Composizione del personale per tipologia di studio per sesso (31.12.2013)



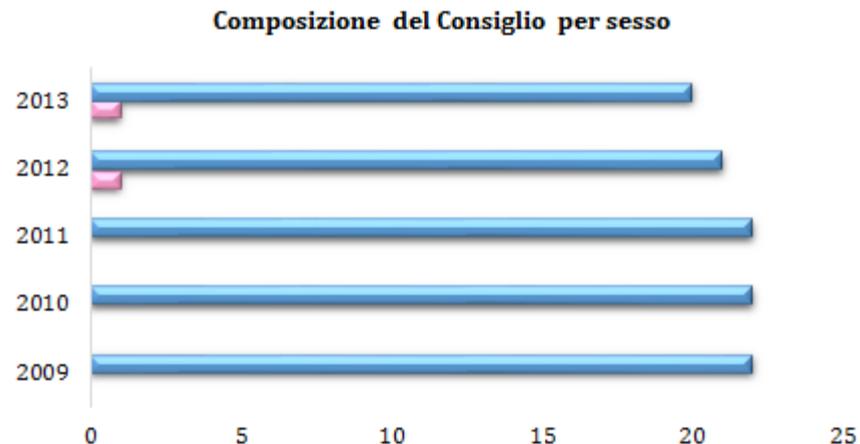
4. La dimensione di genere: pari opportunità e bilancio di genere

IL CONTESTO INTERNO

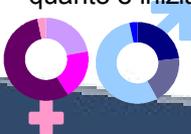
Composizione del Personale per Sesso									
2009		2010		2011		2012		2013	
Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini
23	15	23	14	24	14	25	16	25	16
38		37		38		41		41	



Composizione dei Consiglieri per Sesso									
2009		2010		2011		2012		2013	
Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini
0	22	0	22	0	22	1	21	1	20
22		22		22		22		21*	



* Nel corso del 2013 si è dimesso un consigliere e non è stato sostituito in quanto è iniziata la procedura di rinnovo del Consiglio camerale



4. La dimensione di genere: pari opportunità e bilancio di genere

IL CONTESTO ESTERNO



- Il tasso di occupazione femminile
- L'impresoria femminile
- Popolazione suddivisa per genere

- Comitato per l'impresoria femminile e, in genere, tutte le attività espressamente destinate alla promozione dell'impresa al femminile (studi, ricerche, seminari, pubblicazioni, ecc.)
- Servizi di supporto all'impresa, per creazione e sviluppo, destinati specificatamente alle donne o agli uomini.
- Previsto contributo per l'accrescimento della capacità produttiva maggiorato di un punto percentuale nel caso di imprese giovanili o femminili

Andamento Tasso di disoccupazione nella Provincia

2009		2010		2011		2012		2013	
Donne	Uomini								
10,6%	4,5%	7,7%	4,5%	5,9%	3,5%	10,9%	6,7%	10,7%	9,9%

Fonte Istat

Andamento Tasso di occupazione femminile

2009	2010	2011	2012	2013
Donne	Donne	Donne	Donne	Donne
49,1%	48,9%	51,9%	52,5%	53,4%

Fonte Istat

La provincia di Terni si conferma leader a livello regionale per incidenza di imprese femminili. Al 31 dicembre 2013 sono il 27,9% del totale a fronte di una media regionale del 26,5% (quella del Paese si ferma al 23,6%). Sono 5.803 (su un totale di 22.042): il settore trainante resta il commercio con 1.787 aziende operanti, segue il comparto agricolo con 1.365 imprese registrate, e, a grande distanza, i servizi offerti alle imprese con 614 attività in provincia di Terni.

Dati ancor più rilevanti se confrontati su base tendenziale. Al 31 dicembre 2012 infatti le imprese a guida femminile erano 5.787 e cioè il 27,8% del totale provinciale. Sono imprese con a capo una o più donne, spesso scese in campo per darsi da sole quel lavoro che non trovano. Scelgono in modo massiccio una forma giuridica snella come la ditta individuale, la via più semplice per avviare un'attività, la più economica ma anche la più rischiosa.

Sono al 31 dicembre 2013 ben 3.892 le imprese individuali femminili, solo nel IV trimestre dell'anno, 89 sono state le nuove nate a fronte di ben 68 cessazioni.

Terni si caratterizza dunque per essere una delle province in Italia con il più alto tasso di femminilizzazione del sistema imprenditoriale, un tasso che non conosce battute d'arresto negli ultimi anni, nonostante la deflagrazione della crisi economica.



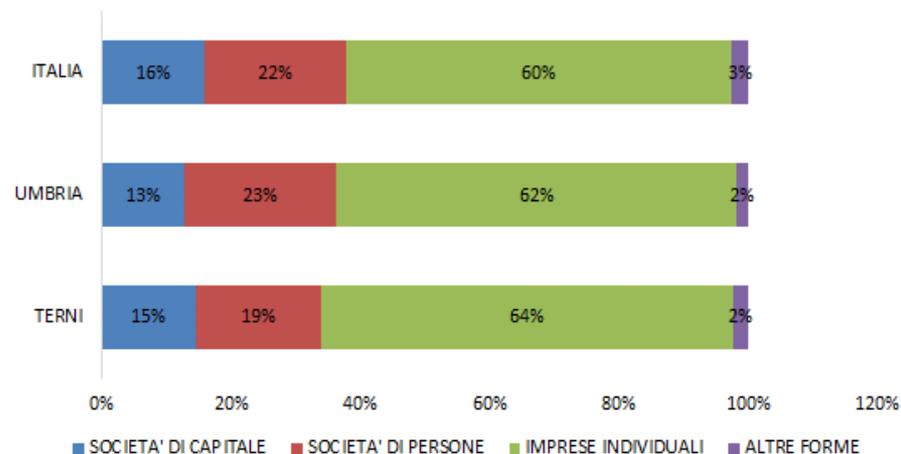
4. La dimensione di genere: pari opportunità e bilancio di genere

IL CONTESTO ESTERNO

Tabella degli imprenditori della provincia di Terni suddivisi per settore e sesso

PERSONE REGISTRATE PER SETTORE ECONOMICO E SESSO AL 2013		
Settore	Sesso	Persone Registrate
A Agricoltura, silvicoltura pesca	M	2.864
	F	1.703
B Estrazione di minerali da cave e miniere	M	8
	F	1
C Attività manifatturiere	M	2.651
	F	959
D Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condiz...	M	122
	F	24
E Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione d...	M	119
	F	43
F Costruzioni	M	4.025
	F	515
G Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut...	M	5.409
	F	2.963
H Trasporto e magazzinaggio	M	683
	F	197
I Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	M	1.452
	F	1.185
J Servizi di informazione e comunicazione	M	509
	F	213
K Attività finanziarie e assicurative	M	575
	F	204
L Attività immobiliari	M	777
	F	434
M Attività professionali, scientifiche e tecniche	M	941
	F	339
N Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imp...	M	581
	F	376
O Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale...	M	11
	F	0
P Istruzione	M	131
	F	83
Q Sanità e assistenza sociale	M	202
	F	224
R Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e diver...	M	266
	F	129
S Altre attività di servizi	M	504
	F	731
X Imprese non classificate	M	1.553
	F	689
Grand Total		34.395

IMPRESE FEMMINILI PER FORMA GIURIDICA



Dati al 31/12/2013
Fonte: Osservatorio
Imprenditoria femminile

4. La dimensione di genere: pari opportunità e bilancio di genere

TASSO DI FEMMINILIZZAZIONE



Media nazionale
23,6%



4. La dimensione di genere: pari opportunità e bilancio di genere

I risultati raggiunti



Imprese, consumatori e territorio

Obiettivo	Indicatore	Target	Azioni	Risultati	Impatto
Incrementare la conoscenza delle imprenditrici sulle modalità, opportunità e strumenti di credito e finanziamento	n° di imprese fruitrici dei corsi di formazione	150	Percorsi di formazione volti a trasferire conoscenza sul sistema del credito e competenze comportamentali	154*	Buon livello di attrazione delle iniziative poste in essere Creazione di momenti di incontro/confronto tra le imprenditrici finalizzati a sviluppare idee e sinergie e collaborazioni
	grado di soddisfazione delle utenti (scala da 1 a 5)	3		4,5 (valore vicino all'ottimo)	
Realizzazione di attività inerenti tematiche di interesse sia delle imprenditrici che delle donne che intendano orientarsi all'impresa	N° di incontri realizzati	2	Iniziativa sul fenomeno della imprenditoria femminile	2	Accrescere le conoscenze delle imprenditrici partecipanti al fine di renderle capaci di competere con un mercato globale in continua evoluzione
	N° imprenditrici partecipanti agli incontri	70	Realizzazione di iniziative sul fenomeno della imprenditoria femminile	70	

* Su 154 partecipanti, le imprenditrici coinvolte sono state 27

4. La dimensione di genere: pari opportunità e bilancio di genere

I risultati raggiunti



Imprese, consumatori e territorio

Obiettivo	Indicatore	Target	Azioni	Risultati	Impatto
Tempestività di risposta del servizio gratuito di consulenza on-line	tempo di risposta dell'ufficio (servizio gratuito di consulenza on-line)	1 gg	Prosecuzione del servizio gratuito di consulenza on-line	1 gg	
Tempestività di risposta dello Sportello Informativo della Segreteria del CIF	tempo di risposta dell'ufficio (Sportello Informativo della Segreteria del CIF)	1 gg	Prosecuzione attività dello Sportello Informativo della Segreteria del CIF ; Attività di collaborazione con Sviluppo Umbria	1 gg	Opportunità di formulare quesiti su iter procedurali per l'avvio di attività imprenditoriali e conoscere le opportunità/agevolazioni finanziarie per fare impresa

Processi Interni -Innovazione e Crescita - Economico-Finanziario

Tutte le iniziative che hanno riguardato processi interni e innovazione e crescita del personale e la dimensione economico finanziaria non hanno fatto distinzione di genere. Poiché il personale è composto dal 61% da donne se ne evince che la maggior parte dei fruitori delle iniziative sono donne

4. La dimensione di genere: pari opportunità e bilancio di genere

I risultati raggiunti

Il Comitato per l'Imprenditoria femminile nel 2013 ha provveduto a:

- realizzare **n. 2 appuntamenti formativi (seminari/workshop) gratuiti** diretti ad accrescere le conoscenze delle **57 imprenditrici partecipanti** e a renderle capaci di competere con un mercato globale in continua evoluzione.
- realizzare il terzo appuntamento dell'iniziativa **"I pomeriggi al femminile"**, svolto presso il ristorante «Piermarini» in cui è stato presentato il progetto che l'Ente camerale ha intrapreso, con altre nove Camere di Commercio, per la realizzazione **dell'Archivio della Memoria**, composto dalle ricette tipiche proposte dalle **58 imprenditrici partecipanti**.
- realizzare la prima edizione del **Premio "DONNA OLTRE"**, attribuito a sei imprese femminili del territorio che negli ultimi 3 anni, nonostante il persistere della crisi economica, hanno favorito e valorizzato lo sviluppo economico e sociale locale.
- assicurare il supporto al Comitato Regionale di Unioncamere Umbria, per l'organizzazione del 7° **Meeting "Leadership Umbra al femminile"** che si è svolto a Todi.
- realizzare il primo **Girl's day** alle cui studentesse partecipanti è stata data la possibilità di sperimentare una "giornata da imprenditrice" Sono state coinvolte 12 imprenditrici della provincia.
- mantenere il **servizio di consulenza gratuita on-line** per le imprenditrici e/o aspiranti tali, oltre allo **Sportello informativo**.



5. Coordinamento e integrazione fra gli ambiti relativi alla performance, alla trasparenza, all'integrità e anticorruzione

La trasparenza amministrativa è diventato un importante principio che condiziona lo svolgimento dell'attività e l'organizzazione della pubblica amministrazione, la quale si è trovata a dover rafforzare l'accessibilità e la conoscibilità delle modalità attraverso le quali viene esercitato il potere pubblico e al fine di sviluppare un controllo democratico da parte dei cittadini per prevenire fenomeni di corruzione. Negli ultimi anni, il principio dell'accessibilità totale agli atti è stato inserito in numerosi provvedimenti normativi, fino a culminare nella recente approvazione del d.lgs. 14 marzo 2013, n. 33, "Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni" che in attuazione della delega conferita al Governo dall'art. 1, comma 35, Legge n. 190/2012, ha lo scopo di trasmettere una maggiore chiarezza sul contenuto degli obblighi di pubblicazione.

Il Decreto legislativo, attraverso una maggiore trasparenza di tutte le PA, ha come obiettivi fondamentali:

- **Favorire** la prevenzione della corruzione
- **Attivare** un nuovo tipo di controllo sociale (accesso civico)
- **Sostenere** il miglioramento delle performance
- **Migliorare** l'accountability dei manager pubblici
- **Abilitare** nuovi meccanismi di partecipazione e collaborazione tra PA e cittadini

Per raggiungere tali finalità, ogni amministrazione, sulla base delle linee guida elaborate dalla Commissione indipendente per la valutazione, l'integrità e la trasparenza (CIVIT) è tenuta ad adottare un Programma triennale per la trasparenza e l'integrità da aggiornare annualmente. Alla base di tale scelta c'è la considerazione che la Trasparenza sia uno strumento per assicurare i valori costituzionali dell'imparzialità e del buon andamento delle pubbliche amministrazioni, per migliorare la qualità dell'attività amministrativa, per promuovere la cultura della legalità e per prevenire i fenomeni corruttivi.

Nel documento sono programmati una serie di interventi che rendono l'operato dell'amministrazione coerente con le richieste normative in tema di trasparenza e legalità dell'azione amministrativa. All'interno della prospettiva "Innovazione, crescita e Apprendimento" sono riepilogate le azioni di attuazione del Programma triennale della trasparenza e l'integrità, in modo che sia assicurato un sufficiente collegamento tra il Programma e la mappa strategica dell'ente da cui prende avvio il ciclo della performance.

Di seguito viene riportato lo stato di attuazione del Programma triennale della trasparenza e l'integrità al 31.12.2013

**PROGRAMMA TRIENNALE PER LA TRASPARENZA E L'INTEGRITA' PER IL TRIENNIO 2012-2014 -
STATO DI ATTUAZIONE al 31 dicembre 2013 (segue)**

<u>Dati informativi relativi al personale</u>	Stato d'attuazione al 31.12.2013
1) Curricula e retribuzioni dei dirigenti con evidenza delle componenti variabili della retribuzione e delle componenti legate alla retribuzione di risultato, indirizzi di posta elettronica, numeri telefonici ad uso professionale	Realizzato. Pubblicati con dati aggiornati al 2012
2) Curricula dei titolari di posizioni organizzative	Realizzato. Non sono state comunicate variazioni.
3) Curricula, retribuzioni, compensi ed indennità di coloro che rivestono incarichi di indirizzo politico amministrativo	Realizzato. Sono stati pubblicati i nuovi curricula. Pubblicati i compensi aggiornati dei componenti degli organi
4) Nominativi e curricula dei componenti degli OIV	Realizzato, anche con riferimento ai compensi
5) Ammontare complessivo dei premi collegati alla performance stanziati e l'ammontare dei premi effettivamente distribuiti	Realizzato. Pubblicati nei termini i dati sui premi 2012. Non ancora sottoscritto il contratto integrativo 2013.
6) Analisi dei dati relativi al grado di differenziazione nell'utilizzo della premialità, sia per i dirigenti sia per i dipendenti	Realizzato. Pubblicati nei termini i dati sui premi 2012. Non ancora sottoscritto il contratto integrativo 2013.
7) Codici di comportamento	Realizzato. Pubblicati i codici di comportamento e i codici disciplinari. La sezione è stata aggiornata con la pubblicazione del DPR n.62/2013. Il Codice di comportamento dell'Ente è in corso di aggiornamento.
8) Tassi di assenza e maggior presenza del personale	Realizzato. Pubblicati sino a novembre 2013
9) Bandi di concorso	Realizzato. Non ci sono stati bandi nel 2013

<u>Dati sulla gestione economico-finanziaria dei servizi pubblici</u>	Stato di attuazione al 31.12.2013
1) Servizi erogati agli utenti finali e intermedi	Realizzato. Pubblicate slides illustrative dell'attività della Camera negli anni 2010, 2011 e 2012 (dati aggregati sull'attività amministrativa)
2) Contabilizzazione dei costi dei servizi ed evidenziazione dei costi effettivi e di quelli imputati al personale per ogni servizio erogato, monitoraggio del loro andamento	Realizzato. Pubblicati i costi contabilizzati per funzioni, centri di costo e processi fino al 2012
3) Informazioni sulla contrattazione decentrata integrativa	Realizzato. Inserito con rif.to all'ultimo contratto decentrato (2012)
4) Esiti della valutazione effettuata dai cittadini sugli effetti attesi dal funzionamento dei servizi pubblici	Realizzato. Pubblicata indagine di customer satisfaction 2010. In attesa esito indagine 2012.
5) Dati concernenti consorzi, enti e società di cui l'amministrazione faccia parte	Realizzato. Pubblicati nei termini i dati relativi a partecipazioni in società ed enti per il 2012
6) Dati sull'utilizzo delle autovetture	Realizzato. Dati aggiornati al 2012.
7) Elenco dei bandi di gara	Non ci sono, al 31/12/2013, dati da aggiornare relativamente al 2013

<u>Dati informativi sull'organizzazione, la performance e i procedimenti</u>	Stato di attuazione al 31.12.2013
1) Informazioni concernenti ogni aspetto dell'organizzazione	Realizzato. Pubblicata struttura organizzativa aggiornata
2) elenco di uffici e sedi decentrate, con orari di apertura e numeri telefonici	Realizzato. Non ci sono variazioni
3) elenco completo delle caselle di posta elettronica istituzionali attive, specificando se si tratta di casella di posta elettronica certificata	Realizzato. Le caselle risultano pubblicate. Non ci sono variazioni.
4) Piano delle performance	Realizzato. Pubblicato nei termini il piano anno 2013
5) Relazione sulla performance	Realizzato. Pubblicata nei termini la relazione anno 2012
6) informazioni circa la dimensione della qualità dei servizi erogati	Realizzato. Pubblicata la guida ai servizi 2011. Non ci sono aggiornamenti.
7) Programma triennale per la trasparenza e l'integrità e relativo stato di attuazione	Realizzato. Pubblicato nei termini il Programma triennale 2013-2015. e lo stato di attuazione al 31.12.2013
8) Elenco dei procedimenti svolti da ciascun ufficio, il termine per la conclusione di ciascun procedimento, l'unità organizzativa responsabile, e i documenti da presentare a corredo della domanda per i procedimenti amm.vi ad istanza di parte	Realizzato. Pubblicata scheda riepilogativa. Aggiornato al settembre 2013
9) dati relativi alla concessione delle sovvenzioni, contributi, sussidi ed ausili finanziari alle imprese e l'attribuzione dei corrispettivi e dei compensi a persone, professionisti, imprese ed enti privati e comunque di vantaggi economici di qualunque genere di cui all'articolo 12 della legge 7 agosto 1990, n. 241 ad enti pubblici e privati	Realizzato tramite l'applicativo «Pubblicamera» fornito da Infocamere Scarl. I riferimenti normativi sono attualmente al D.Lgs. 33/2013
10) Piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio	A partire dall'approvazione definitiva del Bilancio di previsione 2014, non ancora avvenuta al 31/12/2013
11) Relazione sui risultati conseguiti, in termini di riduzione di spesa, attraverso l'attuazione delle norme in materia di acquisto di beni e servizi.	Realizzato. Pubblicata tempestivamente la relazione approvata dalla Giunta con deliberazione n.49 del 14/06/2013 (rif. Anno 2012).
12) Sistema di misurazione e valutazione della performance	Realizzato. Pubblicato il documento sul sistema di misurazione e valutazione della performance adottato con deliberazione della Giunta 8/2011. In corso di pubblicazione il successivo aggiornamento

<u>Dati sulla gestione dei pagamenti e sulle buone prassi:</u>	Stato di attuazione al 31.12.2013
1) indicatore dei tempi medi di pagamento relativi agli acquisti di beni, servizi e forniture	Realizzato. Pubblicato l'indicatore relativo al 2012
2) tempi medi di definizione dei procedimenti e di erogazione dei servizi con riferimento all'esercizio finanziario precedente	Realizzato. Pubblicato il monitoraggio sui tempi di erogazione dei servizi relativo al 2012 e sui tempi di conclusione dei procedimenti al 30/09/2013 (secondo piano anticorruzione)
3) istituzione e accessibilità in via telematica di albi dei beneficiari di provvidenze di natura economica	Realizzato. Pubblicato albo beneficiari 2012

<u>Dati relativi a incarichi e consulenze</u>	Stato di attuazione al 31.12.2013
1) incarichi retribuiti e non retribuiti conferiti a dipendenti pubblici e ad altri soggetti	Realizzato. Pubblicate distinte tabelle per incarichi conferiti a terzi e incarichi autorizzati a propri dipendenti

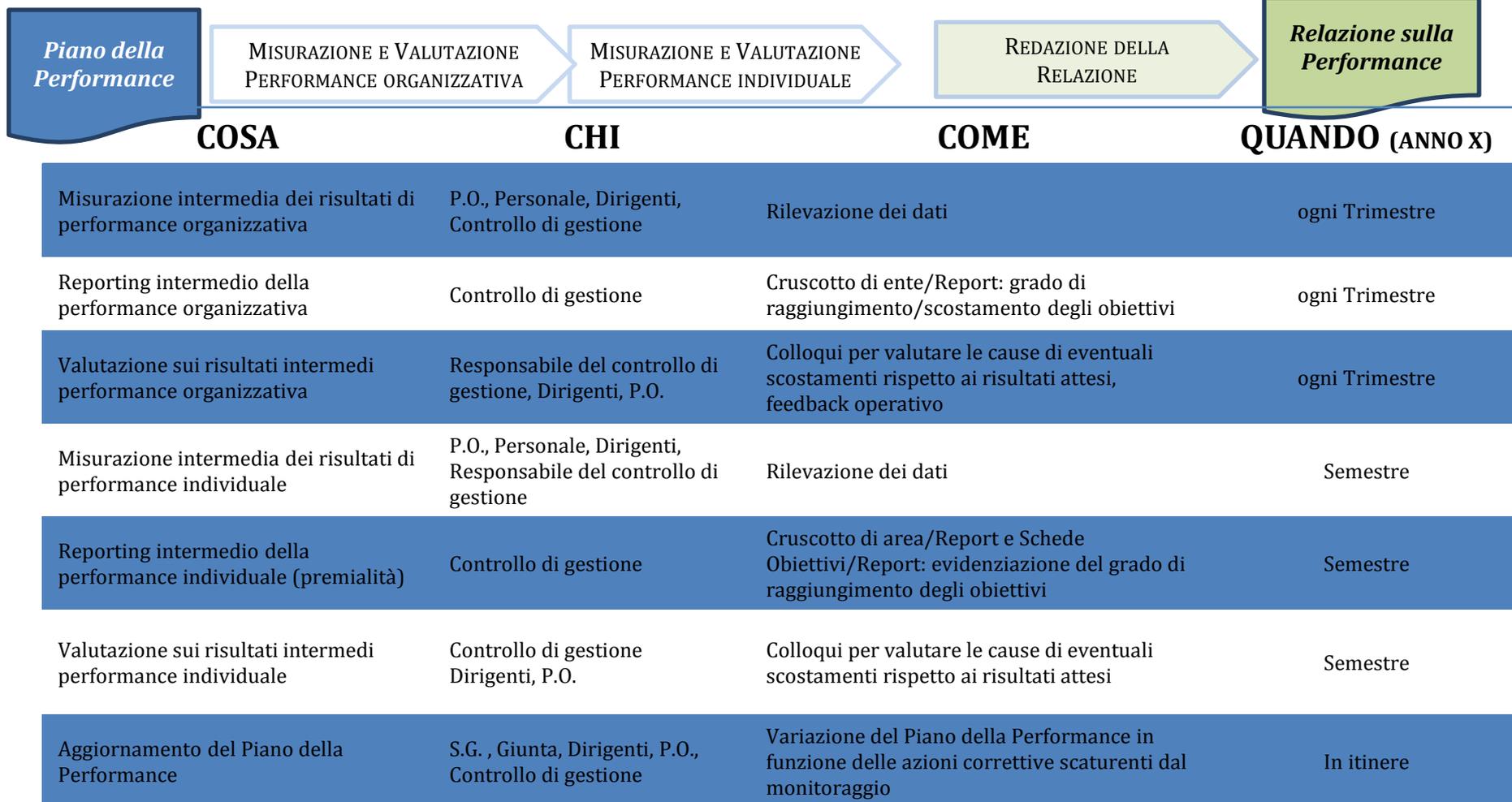


PROGRAMMA TRIENNALE PER LA TRASPARENZA E L'INTEGRITA' PER IL TRIENNIO 2012-2014 - STATO DI ATTUAZIONE al 31 dicembre 2013

Oggetto	Destinatari	Risultato atteso	Processo	Stato di attuazione al 31.12.2013
1) Revisione del sito internet	Imprese, cittadini, associazioni di categoria, ordini professionali, amministratori, personale dipendente	Verificare periodicamente che il sito sia in linea con quanto previsto dalla normativa sui siti	Verifica annuale	Realizzato. Effettuato monitoraggio e verifica. Individuati obiettivi di accessibilità. Rivista la struttura della sezione dedicata alla trasparenza
2) Documenti di programmazione	Imprese, cittadini, associazioni di categoria, altre amministrazioni pubbliche	Rendere trasparenti all'esterno i documenti di programmazione dell'ente camerale	Pubblicazione successiva all'approvazione del documento di programmazione	Realizzato. Pubblicati: - programma pluriennale; - relazione previsionale e programmatica 2014; - Bilancio preventivo con Budget e centri di costo fino al 2013 (il 2014 non ancora approvato in data 31/12/2013).
3) Costruzione di una community a livello di segretari generali per sviluppare un benchmark riguardo alle azioni e alla cultura per la trasparenza e l'integrità	Segretari e dirigenti di altre CCIAA Altre istituzioni sul territorio	Aumentare la consapevolezza; condividere esperienze, documenti, best practice,...	Riunioni periodiche con Segretari generali di altre CCIAA	Realizzato per il primo semestre 2013: Partecipazione a riunioni Consulta e Comitato dei Segretari Generali.
4) Forme di comunicazione interna per la diffusione della cultura della trasparenza e dell'integrità	Personale dell'ente	Aumentare la consapevolezza interna; prevenire comportamenti a rischio.	Riunioni periodiche con personale	Realizzato. Effettuato nel primo semestre: - 26/02/2013: presentazione Piano della Performance 2013; - 27/02/2013: seminario formativo su "Le novità introdotte dalla recente normativa in materia di trasparenza e anticorruzione" - 27/02/2013: intervento informativo (al termine della riunione di post-Giunta) con i responsabili degli Uffici e Servizi e il personale della Segreteria sulla nuova normativa anticorruzione in generale - 18/03/2013: intervento informativo (al termine della riunione di post-Giunta) con i responsabili degli Uffici e Servizi e il personale della Segreteria sugli obblighi derivanti dalla legge 190/2012 e sulla necessità di analisi del rischio Effettuato nel secondo semestre: - presentazione al personale e agli amministratori della Relazione sulla performance anno 2012 in data 10/07/2013; - presentazione al personale e agli amministratori dell'esito dell'indagine di benchmark anno 2012 in data 04/12/2013
5) Giornata della trasparenza	Cittadini, scuole, imprese associazioni di categoria, ordini professionali, amministratori, personale dipendente	Sensibilizzare i destinatari sul tema della trasparenza e dell'integrità	Open day annuale presso la CCIAA di Terni	Realizzato il previsto open day in data 07/10/2013

6. Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

6.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità del processo di redazione





6.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità del processo di redazione

*Piano della
Performance*

MISURAZIONE E VALUTAZIONE
PERFORMANCE ORGANIZZATIVA

MISURAZIONE E VALUTAZIONE
PERFORMANCE INDIVIDUALE

REDAZIONE DELLA
RELAZIONE

*Relazione sulla
Performance*

COSA	CHI	COME	QUANDO (ANNO X+1)
Definizione della struttura del documento	S.G. Controllo di Gestione	Analisi delle norme e delle delibere ANAC (ex CIVIT) di riferimento	Feb
Sistematizzazione delle informazioni derivanti dalle fasi precedenti	Controllo di Gestione	Analisi dei documenti e dei dati della pianificazione, monitoraggio e valutazione	Gen-Feb
Check-Up	S.G. Controllo di Gestione	Analisi mediante audit sui documenti	Gen
Approvazione della Relazione sulla Performance e trasmissione all'OIV	Giunta camerale	Deliberazione della Giunta camerale	Giu
Validazione della Relazione sulla Performance	OIV	Secondo le modalità previste dalla delibera ANAC (ex CIVIT) n. 6/ 2012	Giu
Pubblicazione della Relazione sulla Performance	Controllo di gestione Comunicazione OIV	Pubblicazione dei documenti sulla sezione « Trasparenza, valutazione e merito» del sito camerale	Lug

6.2 I punti di forza e debolezza del Ciclo di Gestione della Performance

La Relazione sulla Performance costituisce l'elemento di sintesi del ciclo di gestione della performance con riferimento ad un periodo amministrativo e, allo stesso tempo, è l'elemento di analisi per dare il via ad azioni migliorative e correttive future.

Evidente è stato, negli ultimi anni, l'impegno dell'Ente nell'introdurre e diffondere a tutti i livelli dell'organizzazione, la cultura, le logiche e gli strumenti caratterizzanti un efficace sistema di Pianificazione, controllo e valutazione, basato sulla trasparenza, sulla coerenza del processo stesso e sul rispetto di determinati standard normativi. Tuttavia il cammino da intraprendere è complesso e lungo e richiede una forte attenzione nell'approcciarsi agli elementi innovativi da attivare per adempiere al dettato normativo non trascurando però quanto già «a regime» ma approcciandosi ad una logica di miglioramento continuo del ciclo della performance al fine di garantire una sua piena implementazione formale e sostanziale. In tale ottica, sono di seguito elencati i punti di forza e di debolezza che hanno caratterizzato il ciclo di gestione della performance per l'anno 2013.

PUNTI DI FORZA

- 
- Pianificazione degli obiettivi in ottica multidimensionale attraverso l'utilizzo della BSC
 - Definizione di target non-autoreferenziali grazie all'utilizzo delle informazioni sulle performance ottenute derivanti dal progetto Benchmarking Toscano
 - Viene garantito l'effettivo collegamento e l'integrazione tra la pianificazione della performance e la programmazione economico-finanziaria e di bilancio
 - Il monitoraggio costante ed attento dell'evoluzione dei principali indicatori di performance contribuisce a sviluppare nel tempo una maggiore coerenza delle azioni intraprese con la strategia dell'Ente
 - Piena trasparenza dei risultati raggiunti

PUNTI DI DEBOLEZZA

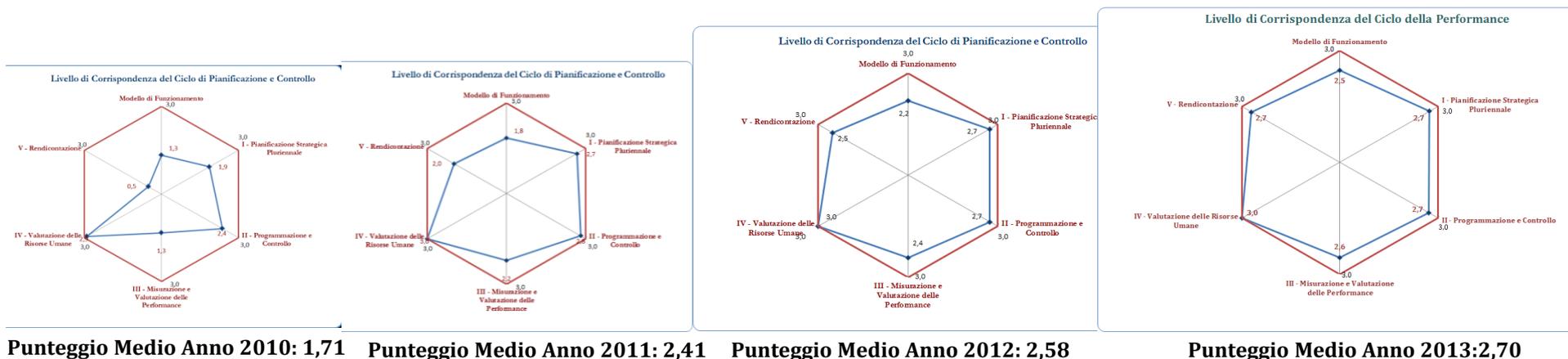
- 
- Necessità di continuare a sensibilizzare, in modo costante, le componenti operative alle logiche che guidano la gestione del ciclo della performance.
 - Maggiore coinvolgimento della struttura interna nell'attività di feedback infrannuale e conseguente passaggio dalla produzione del dato al suo effettivo "utilizzo"
 - Approfondimento dei punti di forza e di debolezza dell'Ente in fase di definizione della strategia secondo un approccio SWOT
 - Necessità di strutturare un sistema volto a individuare indicatori di outcome al fine di poter misurare l'impatto che l'attività dell'Ente può avere sul territorio
 - Necessità di prevedere un sistema di certificazione del dato

Processo di redazione della Relazione sulla Performance



6.2 I punti di forza e debolezza del Ciclo di Gestione della Performance

La CCIAA di Terni adotta un modello di Check-up che consente di rilevare il grado di attuazione delle metodologie in essere e del relativo livello di rispetto dei principi e requisiti previsti dalla normativa. Il modello di Check-Up costituisce un sistema di diagnosi idoneo a valutare lo stato di salute/efficacia dei Sistemi di Misurazione e Valutazione in essere nelle CCIAA (estendendo la valutazione all'intero Ciclo della Performance). Esso fornisce un vero e proprio modello di monitoraggio del Sistema in essere per attività di Audit e garantisce la produzione di un flusso informativo come punto di partenza per l'implementazione di un Piano di "miglioramento" del sistema. Di seguito viene riportata una sintesi delle variazioni intervenute durante il corso del 2013 e che hanno determinato un miglioramento dei risultati derivanti dal Check-up



OGGETTO DI RIFERIMENTO

PRINCIPALI ELEMENTI MIGLIORATIVI INTERCORSI NEL 2013

MODELLO DI FUNZIONAMENTO

Piena integrazione degli strumenti (BSC, customer, benchmarking,...)
Potenziamento del dialogo tra OIV e struttura incaricata al Controllo di Gestione

PIANIFICAZIONE STRATEGICA

Individuazione di target con respiro triennale ragionati sulla base delle risultanze del controllo (anche benchmarking)

PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO

Diversificazione delle tipologie di indicatori e individuazione di target annuali (operativi) ragionati sulla base delle risultanze del controllo (anche benchmarking)

MISURAZIONE E VALUTAZIONE DELLA PERFORMANCE

Maggiore frequenza del monitoraggio
Sviluppo di un modello di monitoraggio dei processi ai fini della valutazione dell'efficienza.

VALUTAZIONE DELLE RISORSE UMANE

Corretta applicazione dei principi e delle logiche presenti nel sistema di valutazione individuale

RENDICONTAZIONE

Costante aggiornamento del sito e continuo arricchimento delle informazioni trasmesse all'utenza
. Rispetto degli adempimenti connessi alla trasparenza e integrità

7. Allegati Tecnici

7.1 I documenti del Ciclo di Gestione della Performance

DOCUMENTO	DATA DI APPROVAZIONE	DATA DI REVISIONE	LINK
Sistema di Misurazione e Valutazione della Performance	31 gennaio 2011	18 settembre 2013	http://www.tr.camcom.it/index.php/chi-siamo/amministrazione-trasparente/753.html
Piano della Performance 2013 - 2015	31 gennaio 2013	18 settembre 2013	http://www.tr.camcom.it/index.php/chi-siamo/amministrazione-trasparente/754.html
Programma Triennale per la Trasparenza e l'Integrità	30 gennaio 2013	Rilevato stato di attuazione al 30.06 e 30.12.2013	http://www.tr.camcom.it/index.php/chi-siamo/amministrazione-trasparente/735.html

7.2 La Performance Organizzativa: Il Cascading

Servizio Risorse e Patrimonio

	Prospettiva	TESSUTO ECONOMICO LOCALE	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013
A1	Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese				100%
A1	1	Supporto di iniziative innovative, centri di eccellenza Risorse erogate a sostegno della promozione dell'innovazione/Risorse stanziare a sostegno della promozione dell'innovazione	100%	50%	100%
	Prospettiva	PROCESSI INTERNI	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013
B1	Semplificare e digitalizzare i documenti				100%
B1	1	N° fascicoli trasmessi all'archivio/N° fascicoli conclusi	100%	80%	100%
B1	2	Σgiorni intercorrenti tra la data di arrivo della fattura (completa di Durc e conto dedicato) e la data di mandato di pagamento/N° fatture pervenute e pagate	17,64	30,00	100%
B1	3	Migliorare l'efficienza delle procedure interne attraverso un maggior utilizzo delle tecnologie informatiche n° fatture (completa di Durc e conto dedicato) pagate entro 30 gg/N° fatture pervenute e pagate	92%	80%	100%
B1	4	Pec inviate nell'anno X/Pec inviate nell'anno X-1	5,04	1,10	100%
B1	5	Tempi medi tra richiesta d'ordine e emissione d'ordine	2,67	10,00	100%
B1	6	Revisione del regolamento degli uffici e dei servizi	30/10/2013	31/12/2013	100%

7.2 La Performance Organizzativa: Il Cascading Servizio Risorse e Patrimonio

	Prospettiva	INNOVAZIONE, CRESCITA E APPRENDIMENTO	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013	
C1	La camera di commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica				100%	
C1	5	n° momenti di incontro con gli stakeholder (su tutte le attività camerali, es giornata trasparenza, incontri su progetti specifici)	6,00	6,00	100%	
C1	6	Potenziamento comunicazione istituzionale	27/03/2013	31/03/2013	100%	
C1	7	Pubblicazione tempestiva dei dati su contributi acquisti (settimanale)	100%	100%	100%	
C2	Sviluppare il processo di pianificazione e controllo				100%	
C2	1	Caricamento dei dati sul cruscotto Balanced Scorecard	4,00	4,00	100%	
C2	2	N° report sullo stato di avanzamento della spesa rispetto al budget inviati periodicamente ai responsabili di servizio	4,00	4,00	100%	
C2	3	Sviluppare il Processo di Pianificazione e Controllo	N° di step di controllo sullo stato di realizzazione degli obiettivi realizzati nell'anno	5,00	4,00	100%
C2	5	Presentazione al personale dell'analisi sui risultati derivanti dal confronto con altre Camere di commercio sui processi e servizi erogati nell'anno 2012	04/12/2013	31/12/2013	100%	
C2	6	n° di giornate di affiancamento e tutoraggio al personale camerale sul tema della pianificazione e controllo	3,00	2,00	100%	

7.2 La Performance Organizzativa: Il Cascading Servizio Risorse e Patrimonio

Prospettiva		INNOVAZIONE, CRESCITA E APPRENDIMENTO	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013
C4	Promuovere il benessere organizzativo e la formazione delle risorse umane				99%
C4	1	N° partecipanti ad attività di formazione per sviluppare le competenze interne/tot. Personale	39%	30%	100%
C4	2	Promuovere il benessere organizzativo e la formazione delle risorse umane N° giornate di formazione/tot. Personale	0,93	1,00	93%
C4	3	N° incontri con il personale camerale per condivisione dei valori	3,00	2,00	100%
C4	4	N° di progetti di gruppo attivati Livello di coinvolgimento dei dipendenti in gruppi di lavoro	2,00	2,00	100%
C4	5	N° di dipendenti che partecipano a progetti condivisi/tot. Personale	24%	20%	100%
Prospettiva		ECONOMICO-FINANZIARIO	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013
D1	Garantire il rispetto della programmazione attraverso la responsabilizzazione sull'uso del budget				100%
D1	1	Costi sostenuti per interventi promozionali/Costi previsti per interventi promozionali	98%	70%	100%
D1	2	Garantire il rispetto della programmazione attraverso la responsabilizzazione sull'uso del budget Partecipazione agli incontri sullo stato di avanzamento del budget organizzati dal Servizio Risorse e Patrimonio/N° incontri realizzati nell'anno (trimestrale) con il servizio	100%	100%	100%
D1	3	Realizzare azioni volte a migliorare la Capacità di riscossione del diritto annuale Data di invio dei solleciti alle imprese che devono pagare il diritto annuale	19/02/2013	28/02/2013	100%

7.2 La Performance Organizzativa: Il Cascading
Servizio Anagrafe delle imprese

Prospettiva		TESSUTO ECONOMICO LOCALE	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013
A1	Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese				72%
A1	9	N° attività formative realizzate (formazione manageriale, start-up, business plan, nuove imprese, responsabilità sociale di impresa, agenti mediatori e rappresentanti) nell'anno	1,00	2,00	50%
A1	10	Sviluppo del capitale sociale e delle competenze per il tessuto economico sociale N° partecipanti alle attività formative (formazione manageriale, start-up, business plan, nuove imprese, responsabilità sociale di impresa, agenti mediatori e rappresentanti)/N° attività formative realizzate (formazione manageriale, start-up, business plan, nuove imprese, responsabilità sociale di impresa, agenti mediatori e rappresentanti) nell'anno	13,00	20,00	65%
A1	11	N° questionari riportanti un punteggio pari o superiore a discreto relativi allo sviluppo delle competenze/N° questionari realizzati relativi allo sviluppo delle competenze	92%	80%	100%
Prospettiva		PROCESSI INTERNI	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013
B1	Semplificare e digitalizzare i documenti				100%
B1	2	Migliorare l'efficienza delle procedure interne attraverso un maggior utilizzo delle tecnologie informatiche Egiorni intercorrenti tra la data di arrivo della fattura (completa di Durc e conto dedicato) e la data di mandato di pagamento/N° fatture pervenute e pagate	17,64	30,00	100%
B1	3	n° fatture (completa di Durc e conto dedicato) pagate entro 30 gg/N° fatture pervenute e pagate	92%	80%	100%
B2	Migliorare l'interazione con l'utenza sviluppando nuovi canali di accesso/erogazione servizi				92%
B2	2	N° attività informative all'utenza (starweb e Comunica) realizzate nell'anno	10,00	10,00	100%
B2	3	Migliorare l'interazione con l'utenza sviluppando nuovi canali di accesso/erogazione servizi N° partecipanti alle attività informative/N° attività informative all'utenza (starweb e Comunica) realizzate nell'anno	7,20	9,00	80%
B2	4	% pratiche evase entro 5 gg	53%	60%	89%
B2	5	Pec ditte individuali - monitoraggio a luglio per analizzare la risposta dell'adempimento di iscrizione delle ditte individuali (II semestre)	28/07/2013	31/12/2013	100%

Il valore ottenuto dell'indicatore A1.9 e A1.10 deriva dalla mancata realizzazione del corso per rappresentanti in quanto la Regione ha approvato il progetto formativo da inserire nel catalogo regionale unico dell'offerta formativa a maggio 2013 e successivamente la Giunta camerale ha deciso di non realizzare più corsi.

7.2 La Performance Organizzativa: Il Cascading

Servizio Anagrafe delle imprese

Prospettiva		PROCESSI INTERNI	Peso	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazioni e 2013	
B3	Migliorare la qualità delle anagrafiche camerali		100%			100%	
B3	1	Migliorare la qualità delle anagrafiche camerali	Data di avvio della trasmissione al giudice dei provvedimenti di cancellazione secondo le modalità stabilite	100%	18/09/2013	30/09/2013	100%
Prospettiva		INNOVAZIONE, CRESCITA E APPRENDIMENTO	Peso	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazioni e 2013	
C1	La camera di commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica		100%			100%	
C1	6		Data di realizzazione del Piano anticorruzione	50%	27/03/2013	31/03/2013	100%
C1	7	Potenziamento comunicazione istituzionale	Pubblicazione tempestiva dei dati su contributi acquisti (settimanale)*	50%	0%	100%	0%
Prospettiva		ECONOMICO-FINANZIARIO	Peso	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazioni e 2013	
D1	Garantire il rispetto della programmazione attraverso la responsabilizzazione sull'uso del budget		100%			89%	
D1	1	Garantire il rispetto della programmazione attraverso la responsabilizzazione sull'uso del budget	Costi sostenuti per interventi promozionali/Costi previsti per interventi promozionali	50%	55%	70%	78%
D1	2		Partecipazione agli incontri sullo stato di avanzamento del budget organizzati dal Servizio Risorse e Patrimonio/N° incontri realizzati nell'anno (trimestrale) con il servizio	50%	100%	100%	100%

* Non ci sono stati atti da pubblicare relativi all'obiettivo



7.2 La Performance Organizzativa: Il Cascading

Servizio Tutela del mercato

	Prospettiva	TESSUTO ECONOMICO LOCALE	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013	
A1	Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese				100%	
A1	1	n. contatti agli incontri per assistenza brevettuale	30,00		30,00	
	Progetto interregionale sviluppo innovazione					
A1	2	n. iniziative realizzate per favorire le conoscenze delle attività brevettuali	6,00	3,00	100%	
A5	Promuovere le attività di regolazione e sviluppo dei mercati				91%	
A5	1	N° iniziative sui diritti dei consumatori in collaborazione con istituzioni locali (Università o Associazioni di categoria)	1,00	1,00	100%	
	Informare e rendere trasparenti i mercati					
A5	2	N° pubblicazioni inerenti la tutela del consumatore	1,00	1,00	100%	
A5	3	Risolvere con efficacia i conflitti	N°conciliazioni concluse entro 60 gg dalla domanda/N° Conciliazioni concluse	67%	80%	83%
A5	4	N° ispezioni realizzate nell'anno x/N° ispezioni realizzate nell'anno x-1	0,75	1,05	71%	
A5	5	N° ispezioni realizzate nell'anno x	368,00	525,00	70%	
A5	6	N° attività realizzate congiuntamente con altri soggetti	2,00	1,00	100%	
	Vigilare "per" il mercato					
A5	7	N° strumenti verificati/N° ispettori	726,00	550,00	100%	
A5	8	N° controlli sugli strumenti verificati dai laboratori nel 2012 (450)/N° strumenti verificati dai laboratori nel 2012	5%	5%	100%	
A5	9	N° controlli effettuati sui centri tecnici per cronotachigrafi digitali che operano sulla provincia/N° centri tecnici per cronotachigrafi digitali che operano sulla provincia	1,57	2,00	79%	
A5	10	N° atti di confisca emessi entro 4 mesi dal sequestro/N° totale di atti di confisca emessi	75%	80%	94%	
A5	11	Emissione dei ruoli per sanzioni non pagate	Data di emissione del ruolo sanzioni anni 2011-2012	30/10/2013	30/11/2013	100%
A5	12	N. ordinanze ingiuntive emesse nell'anno	17,00		17,00	
A5	13	Monitoraggio dell'attività relativa ai concorsi a premio	N° estrazioni di concorsi a premio Anno x	70,00		70,00
A5	14	N° chiusure di concorsi a premio Anno x	65,00		65,00	

Le caselle bianche dell'obiettivo A1.1, A5.12, A5.13, A5.14 indicano che si tratta di obiettivi di solo monitoraggio per i quali non sono previsti livelli di performance da raggiungere

7.2 La Performance Organizzativa: Il Cascading Servizio Tutela del mercato

Prospettiva		PROCESSI INTERNI	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013	
B1	Semplificare e digitalizzare i documenti				100%	
B1	2	Migliorare l'efficienza delle procedure interne attraverso un maggior utilizzo delle tecnologie informatiche	Σgiorni intercorrenti tra la data di arrivo della fattura (completa di Durc e conto dedicato) e la data di mandato di pagamento/N° fatture pervenute e pagate	17,64	30,00	100%
B1	3		n° fatture (completa di Durc e conto dedicato) pagate entro 30 gg/N° fatture pervenute e pagate	92%	80%	100%
Prospettiva		INNOVAZIONE, CRESCITA E APPRENDIMENTO	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013	
C1	La camera di commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica				100%	
C1	6	Potenziamento comunicazione istituzionale	Data di realizzazione del Piano anticorruzione	27/03/2013	31/03/2013	100%
C1	7		Pubblicazione tempestiva dei dati su contributi acquisti (settimanale)	100%	100%	100%
Prospettiva		ECONOMICO-FINANZIARIO	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013	
D1	Garantire il rispetto della programmazione attraverso la responsabilizzazione sull'uso del budget				83%	
D1	1	Garantire il rispetto della programmazione attraverso la responsabilizzazione sull'uso del budget	Costi sostenuti per interventi promozionali/Costi previsti per interventi promozionali	46%	70%	65%
D1	2		Partecipazione agli incontri sullo stato di avanzamento del budget organizzati dal Servizio Risorse e Patrimonio/N° incontri realizzati nell'anno (trimestrale) con il servizio	100%	100%	100%

7.2 La Performance Organizzativa: Il Cascading Servizio Promozione delle imprese ed Informazione economica

Prospettiva		TESSUTO ECONOMICO LOCALE	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazione 2013
A1	Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese				99%
A1	23	Data di pubblicazione dei bandi volti a favorire l'occupazione dei giovani e l'innovazione e la sostituzione dei macchinari obsoleti	01/10/2013	31/12/2013	100%
A1	1	Innovazione finanziaria e sostegno al Credito N° imprese fruitrici dei corsi di formazione	154,00	150,00	100%
A1	2	grado di soddisfazione delle utenti (formazione sistema creditizio - scala da 1 a 5)	4,50	3,00	100%
A1	4	N° studenti coinvolti nel Progetto Alternanza scuola lavoro anno x/N° studenti coinvolti nel Progetto Alternanza scuola lavoro anno x-1	2,16	1,40	100%
A1	5	Progetto Impresa in azione: n° classi 5° anno coinvolte	10,00	5,00	100%
A1	6	Progetto Impresa in azione: n° imprese simulate con realizzazione del prodotto	5,00	2,00	100%
A1	7	n° scuole coinvolte nelle visite	15,00	3,00	100%
A1	8	n° studenti del 5°anno coinvolti nelle visite nell'anno X/n° studenti del 5°anno coinvolti nelle visite nell'anno X-1	1,64	1,05	100%
A1	24	N. tirocini di lunga durata organizzati	40,00	27,00	100%
A1	9	Sviluppo del capitale sociale e delle competenze per il tessuto economico sociale N° attività formative realizzate (formazione manageriale, start-up, business plan, nuove imprese, responsabilità sociale di impresa, agenti mediatori e rappresentanti) nell'anno	8,00	8,00	100%
A1	10	N° partecipanti alle attività formative (formazione manageriale, start-up, business plan, nuove imprese, responsabilità sociale di impresa, agenti mediatori e rappresentanti)/N° attività formative realizzate (formazione manageriale, start-up, business plan, nuove imprese, responsabilità sociale di impresa, agenti mediatori e rappresentanti) nell'anno	40,75	20,00	100%
A1	11	N° questionari riportanti un punteggio pari o superiore a discreto relativi allo sviluppo delle competenze/N° questionari realizzati relativi allo sviluppo delle competenze	100%	80%	100%
A1	12	N° di iniziative realizzate per il progetto green economy	2,00	1,00	100%
A1	14	Progetto Continuità di Impresa (n° attività realizzate/n° attività previste)	100%	80%	100%

7.2 La Performance Organizzativa: Il Cascading

Servizio Promozione delle imprese ed Informazione economica

	Prospettiva	TESSUTO ECONOMICO LOCALE	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazioni e 2013	
A1	Promuovere e supportare l'innovazione in tutte le imprese				99%	
A1	16	N° eventi realizzati nell'anno (Progetto Rethinking the product)	2,00	2,00	100%	
A1		Progetto Rethinking the onduct				
A1	17	N° imprese coinvolte nel progetto Rethinking the product)	7,00	8,00	88%	
A1	18	N° di incontri realizzati (imprenditoria femminile)	2,00	2,00	100%	
A1		19	Costnuire percorsi per facilitare le aggregazioni tra le imprese			
A1	21	n° di imprenditici partecipanti agli incontri	70,00	70,00	100%	
A1	21	Supportare le possibilità di accesso al credito delle piccole e medie imprese	Risorse erogate per supportare le pmi/Risorse stanziare per supportare le pmi	96%	90%	100%
A1	22	Innovazione tecnica, tecnologica e organizzativa	Risorse erogate a sostegno della promozione dell'innovazione/Risorse stanziare a sostegno della promozione dell'innovazione	90%	50%	100%
A2	Stimolare l'internazionalizzazione				100%	
A2	1	N° iniziative di promozione dell'internazionalizzazione realizzate nell'anno	14,00	6,00	100%	
A2	2	N° imprese partecipanti alle iniziative realizzate (fiere, incoming, missioni) anno x/N° imprese partecipanti alle iniziative realizzate (fiere, incoming, missioni) anno x-1	0,51	0,50	100%	
A2	3	N° questionari riportanti un punteggio pari o superiore a discreto relativi al supporto all'internazionalizzazione/N° questionari realizzati relativi al supporto all'internazionalizzazione	100%	80%	100%	
A2	11	n° aziende che hanno beneficiato di contributi per la partecipazione a fiere a valenza internazionale (italia e estero) nell'anno x	41,00	40,00	100%	
A2	4	N° settori coinvolti agli eventi di promozione realizzati nell'anno (settore agroalimentare-turismo-tecnologie avanzate applicate al settore agroalimentare)	5,00	3,00	100%	
A2	5	N° soggetti partecipanti alle iniziative realizzate (seminari) anno x/N° soggetti partecipanti alle iniziative realizzate (seminari) anno x-1	1,59	1,00	100%	

7.2 La Performance Organizzativa: Il Cascading

Servizio Promozione delle imprese ed Informazione economica

Prospettiva		TESSUTO ECONOMICO LOCALE	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazioni e 2013	
A3	Promuovere azioni di marketing territoriale				95%	
A3	1	Sviluppare la capacità di accoglienza del territorio	N° imprese che aderiscono al progetto Entra in Umbria anno x/N° imprese che aderiscono al progetto Entra in Umbria anno x-1	2,42	1,30	100%
A3	2		N° di eventi specifici in cui si promuove il marchio "Entra in Umbria"	5,00	3,00	100%
A3	3		N° questionari riportanti un punteggio pari o superiore a discreto relative ad azioni di marketing territoriale/N° questionari realizzati relative ad azioni di marketing territoriale	73%	80%	92%
A3	4		N° iniziative (eventi, seminari) sul marketing territoriale (anche inerenti imprenditoria femminile) da realizzare nell'anno x	6,00	4,00	100%
A3	5		Risorse dedicate al sostegno del marketing territoriale prenotate/Risorse stanziare al sostegno del marketing territoriale (risorse previste su tutta la linea strategica)	77%	90%	85%
A4	Infrastrutture				100%	
A4	1	Miglioramento della mobilità di cittadini e imprese	Convegno di presentazione della revisione del progetto viario	20/06/2013	30/10/2013	100%
Prospettiva		PROCESSI INTERNI	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazioni e 2013	
B1	Semplificare e digitalizzare i documenti				100%	
B1	2	Migliorare l'efficienza delle procedure interne attraverso un maggior utilizzo delle tecnologie informatiche	Σgiorni intercorrenti tra la data di arrivo della fattura (completa di Dure e conto dedicato) e la data di mandato di pagamento/N° fatture pervenute e pagate	17,64	30,00	100%
B1	3		n° fatture (completa di Dure e conto dedicato) pagate entro 30 gg/N° fatture pervenute e pagate	92%	80%	100%

7.2 La Performance Organizzativa: Il Cascading

Servizio Promozione delle imprese ed Informazione economica

Prospettiva			INNOVAZIONE, CRESCITA E APPRENDIMENTO	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazioni e 2013
C1	La camera di commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica					100%
C1	3	Potenziamento comunicazione esterna	n° iniziative promosse tramite crm	11,00	10,00	100%
C1	5		n° report di natura statistica effettuati nell'anno (mensile) su determinate tipologie di fenomeni (imprenditoria femminile, stranieri, congiuntura, ..)	17,00	10,00	100%
C1	6		Data di realizzazione del Piano anticorruzione	27/03/2013	31/03/2013	100%
C1	7		Pubblicazione tempestiva dei dati su contributi acquisti (settimanale)	97%	100%	97%
C1	8	La Camera di Commercio come punto di riferimento per l'informazione e l'analisi economica	N° interventi di manutenzione del sito istituzionale	6,00	2,00	100%
C1	9		N° di riviste Camera di Commercio News realizzate nell'anno	4,00	4,00	100%
C1	10		N° pubblicazioni realizzate nell'anno di carattere socio-economico	4,00	2,00	100%
C3	Implementare strumenti di regolamentazione dei rapporti con l'interno					100%
C3	1	Realizzazione indagine di customer satisfaction	Livello di soddisfazione dell'utente	7,50	7,50	100%
Prospettiva			ECONOMICO-FINANZIARIO	Valore ottenuto 2013	Risultato Atteso 2013	% Realizzazioni e 2013
D1	Garantire il rispetto della programmazione attraverso la responsabilizzazione sull'uso del budget					100%
D1	1	Garantire il rispetto della programmazione attraverso la responsabilizzazione sull'uso del budget	Costi sostenuti per interventi promozionali/Costi previsti per interventi promozionali	86%	70%	100%
D1	2		Partecipazione agli incontri sullo stato di avanzamento del budget organizzati dal Servizio Risorse e Patrimonio/N° incontri realizzati nell'anno (trimestrale) con il servizio	100%	100%	100%