



RELAZIONE SULLA PERFORMANCE

ANNO 2011



1. PRESENTAZIONE E INDICE.....	3
2. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI STAKEHOLDER ESTERNI.....	5
2.1 - Il contesto esterno di riferimento	5
2.2 - L'amministrazione	12
2.3 - I risultati raggiunti	16
2.4 - Le criticità e le opportunità	18
3. OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI.....	20
3.1 - Albero della Performance	22
3.2 e 3.3 Aree ed obiettivi strategici, Obiettivi e piani operativi.....	22
3.4 Obiettivi individuali.....	22
4. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITA'.....	23
5. PARI OPPORTUNITA' E BILANCIO DI GENERE	26
6. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE E IL COLLEGAMENTO CON GLI ALTRI DOCUMENTI DI "RENDICONTAZIONE"..	26
6.1 - Fasi, soggetti, tempi e responsabilita'	28
6.2 - Punti di forza e di debolezza del ciclo di gestione della performance	29
7. Allegati tecnici	29



1. PRESENTAZIONE E INDICE

La Relazione sulla Performance è il documento previsto dall'articolo 10 del decreto legislativo 27 ottobre 2009 n. 150, quale modalità attraverso la quale rendicontare la performance ed illustrare ai cittadini e a tutti gli altri stakeholder, interni ed esterni, i risultati ottenuti, nel corso dell'anno precedente, rispetto agli obiettivi ed alla risorse programmate ed evidenziate tramite il Piano della performance.

La Relazione costituisce, quindi, la fase finale del Ciclo della performance; un momento fondamentale durante il quale la Camera di commercio misura e valuta la propria capacità di pianificare e raggiungere gli obiettivi, analizza i risultati raggiunti ed utilizza quanto emerso da tale valutazione per migliorare il successivo ciclo della performance.

Oltre al suo valore strumentale e gestionale, la Relazione costituisce, anche, la concretizzazione dei principi della trasparenza sui quali la recente riforma della P.A. ha basato uno dei pilastri. Principi, la cui assunzione, fornisce un valore aggiunto ai documenti di rendicontazione fino ad ora previsti dalla norma.

La trasparenza ha sempre rappresentato per il sistema camerale uno dei valori principali sui quali basare ed impostare le proprie politiche. La Camera, infatti, attraverso la Relazione sulla performance, insieme al Piano della performance, esercita la propria responsabilità di accountability attraverso il "rendere conto":

- della capacità di generare "valore" per la comunità di riferimento;
- della misurazione e riconoscibilità di questo valore;
- delle proprie azioni e degli effetti prodotti.

In termini di contenuto, la Relazione evidenzia, a consuntivo, i risultati organizzativi e individuali raggiunti rispetto ai singoli obiettivi programmati e alle risorse, con rilevazione degli eventuali scostamenti registrati nel corso dell'anno, indicandone le cause e le misure correttive da adottare.

Essa rappresenta, pertanto, lo strumento attraverso il quale la Camera rende conto dell'esecuzione delle linee di azione previste nel Piano della performance, dell'utilizzo delle risorse di Piano e dei risultati effettivamente raggiunti rispetto agli obiettivi di Piano.

La Relazione rientra nel Ciclo della Performance dell'Ente e si inserisce in un percorso di rendicontazione, già avviato con la realizzazione del bilancio sociale nel 2006 sugli esercizi



2003-2005, e alla realizzazione del bilancio di mandato 2007-2011, a testimonianza della volontà della Camera di dialogare in maniera trasparente con i propri stakeholder e di verificare, insieme, la coerenza tra i compiti istituzionali dell'Ente e gli obiettivi conseguiti; di valutare le scelte dell'istituzione camerale, evidenziandone l'efficacia.

In questa prima Relazione, elaborata al termine del primo anno del ciclo della performance 2011-2013, verranno messi in evidenza i risultati raggiunti con riferimento agli obiettivi operativi dell'anno 2011, distinti per area strategica di intervento, mentre valutazioni sugli obiettivi strategici verranno effettuate a partire dall'annualità 2012. Nel processo di formulazione del Piano della Performance 2012-2014, allo scopo di adeguare gli strumenti di programmazione dell'Ente rispetto alle indicazioni normative introdotte con il Ciclo della Performance, sono stati infatti previsti anche specifici risultati attesi annuali per gli obiettivi strategici.

In fase di aggiornamento del Piano della performance 2011-2013 è stato precisato che gli obiettivi, ai sensi del nuovo Sistema di misurazione e valutazione, devono essere valutati anche in caso di conseguimento parziale del target. Per la misurazione degli obiettivi conseguiti parzialmente, in fase di predisposizione della Relazione sulla performance, è stato adottato, dove possibile, un criterio di proporzionalità lineare.



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

2.1 - Il contesto esterno di riferimento

L'Ente camerale fa riferimento ad un territorio che coincide con la provincia di Frosinone, un'area dotata di un ingente patrimonio culturale, artistico, religioso, naturalistico e enogastronomico. Nell'era della globalizzazione, l'obiettivo principale dell'Ente è stato l'accrescimento della competitività del sistema locale, individuando prima di tutto i settori in grado di trainarne lo sviluppo e di agire da moltiplicatori della ricchezza. Grande attenzione è stata prestata alle attività a elevato contenuto tecnologico; alle produzioni agroalimentari di eccellenza; alle strutture di supporto al tessuto imprenditoriale.

Obiettivo strategico della Camera è stata la connotazione della provincia come un polo di servizi integrati, attraverso la nascita e la diffusione di imprese orientate alla produzione di beni immateriali e a sostegno dei principali comparti del manifatturiero e del terziario, ambiti di fondamentale importanza in un contesto, come quello di Frosinone, caratterizzato dalla presenza di aziende di grandi, medie e piccole dimensioni.



Il contesto economico - produttivo della Provincia

Le turbolenze dei mercati finanziari di inizio luglio 2011 gettano nuovi interrogativi sulle prospettive dell'economia internazionale, con particolare riferimento al comparto reale del nostro Paese. La volatilità delle piazze, in primis quella italiana, è dovuta ad una pressione speculativa internazionale che incontra carenza di liquidità, generando timori e perdite. Il rischio, più paventato che reale, è quello di un contagio della crisi greca ai titoli di Stato italiani, con riflessi sulla sostenibilità del debito.

Ciò potrebbe riflettersi sul dinamismo economico italiano, che sconta anche una struttura produttiva più matura e più basse possibilità di stimolo fiscale per effetto dell'elevato debito pubblico. Peraltro, nell'anno in corso, la congiuntura mondiale già sembrava subire un leggero rallentamento rispetto al 2010, scontando, oltre al naturale assestamento strutturale del ciclo, anche le vicende del Nord-Africa e del Medio Oriente. Più in generale, oltre al rallentamento economico, il pericolo di dissesto del sistema finanziario europeo, legato alle incerte vicende del risanamento del debito pubblico della Grecia, indurrebbe il profilarsi di nuove bolle sui mercati azionari dell'intero sistema finanziario europeo, evidenziando l'evanescenza della fragile ripresa del 2010.

Come ormai noto, l'Italia nel 2010 ha visto la propria economia tornare a crescere sopra il punto percentuale (+1,3%), recuperando solo una contenuta parte della perdita subita nel 2009 (-5,2%). Una crescita sospinta soprattutto dalla ritrovata vivacità del commercio internazionale, grazie alla quale le nostre esportazioni di beni e servizi sono cresciute nel 2010 del 9% circa, recuperando la metà della caduta subita l'anno precedente (-18,4%). Una ripresa alla quale ha contribuito fra l'altro la componente dei beni, sulla scia del ritrovato slancio della manifattura italiana (+16,4% in termini nominali) legata sia al Made in Italy (alimentare, moda, elettrotecnica, prodotti in legno, minerali non metalliferi, altri manufatti tra cui il mobilio) sia alla grande impresa della chimica-farmaceutica e dei mezzi di trasporto.

La ripresa della crescita dell'economia nazionale, nel 2010, è comunque inferiore a quanto verificatosi nelle altre economie avanzate (+1,3%, contro il +2,8% nel complesso delle economie avanzate), per effetto dei vincoli strutturali alla competitività che affliggono il nostro Paese.

Tutto ciò, congiuntamente alle esigenze di risanamento dei conti pubblici connesse alla nuova versione, più restrittiva, del patto di stabilità europeo (nel 2011 la manovra finanziaria si attesta a 40 miliardi di euro), rende la nostra economia più esposta al rischio di una nuova fase di bassa crescita.

Riguardo alla domanda interna, nel 2010, il contributo più consistente alla crescita del prodotto nazionale è stato fornito dagli investimenti fissi lordi, che sono aumentati del 2,5% a fronte del più modesto 0,6% attinente alla componente dei consumi nazionali. Sul fronte dei consumi,



invece, divergenti si presentano gli andamenti tra la componente pubblica e quella privata. La spesa delle Amministrazioni Pubbliche nel 2010 si è mostrata in flessione (-0,6%). I consumi delle famiglie (+1,0%) sono ritornati invece sui ritmi di crescita del periodo precedente la crisi, mostrando comunque una strutturale debolezza testimoniata da tassi di incremento medi annui nel periodo 2005-2008 non superiori all'1,2%.

Alla debolezza dei consumi delle famiglie concorrono più fattori concomitanti. Il primo riguarda un mercato del lavoro che non ha dato particolari segnali di miglioramento. Dopo la marcata contrazione del 2009 (-1,6%, pari a -380 mila unità), anche nel 2010 il numero degli occupati è sceso di altre 153 mila persone (-0,7%).

Una regressione in virtù della quale il tasso di occupazione è calato nel 2010 di circa mezzo punto percentuale, assestandosi al 56,9%, e spingendo il tasso di disoccupazione all'8,4% (7,8% nel 2009), pari a 2.102 mila persone in cerca di occupazione. Dietro a ciò si celano poi particolari criticità legate al mondo dei giovani e al fenomeno dello scoraggiamento. Riguardo al primo, spicca l'andamento del tasso di disoccupazione giovanile (15-24 anni) che si avvicina sempre più ai trenta punti percentuali (27,8%); nel 2010 è cresciuto in media annua di 2,4 punti (25,4% nel 2009), che si aggiungono ai 4,1 punti di aumento registrati nel 2009. Riguardo al secondo, poi, merita evidenziare come nel 2010 la crescita degli inattivi (+0,9%) abbia tratto impulso anche dall'aumento di coloro che 'non cercano lavoro ma sono disponibili a lavorare' (+4,1%), che riguardano, tra l'altro, 1,3 milioni di persone (quasi il 10% degli inattivi). Un ammontare che, anche se non completamente considerato, innalzerebbe il tasso di disoccupazione comprensivo degli 'scoraggiati' oltre poco più del 10%.

In generale, il quadro occupazionale ha condizionato i redditi da lavoro dipendente, cresciuti nominalmente in media annua nel 2010 di appena lo 0,8%, con evidenti ripercussioni sul reddito disponibile delle famiglie, la cui crescita non è riuscita a superare lo 0,9% annuo. Considerando poi la dinamica dei prezzi, la modesta variazione del reddito nominale si è trasformata in termini reali - ossia in potere d'acquisto - in una contrazione dello 0,6%, con chiari riflessi sulle decisioni di spesa delle famiglie.

Secondo le più recenti previsioni l'economia italiana nel 2011 continuerà a crescere, ma a ritmo inferiore rispetto al 2010 e probabilmente a quello stimato nei mesi scorsi.

L'Italia ha presentato nel 2010 un incremento del PIL a prezzi correnti pari all'1,8%, mentre la provincia di Frosinone, grazie, in particolare, ad un trend positivo del commercio estero che ha colmato gli squilibri della domanda interna, è riuscita ad aumentare del 2,8% il PIL a prezzi correnti.

Tuttavia, esaminando nel dettaglio la composizione del modello di sviluppo provinciale, ovvero di quell'insieme di fattori che influenzano l'andamento dell'economia locale, si evidenziano taluni fattori non pienamente in grado di stimolare la produttività e la competitività del sistema economico. Scendendo più nello specifico, l'economia di Frosinone risulta condizionata da:

- una morfologia del territorio che ha influenzato la distribuzione della popolazione, delle



attività produttive e delle infrastrutture. Il carico demografico e le localizzazioni imprenditoriali tendono, infatti, a concentrarsi nelle aree di prossimità infrastrutturale, con effetti di eccessiva pressione e saturazione ambientale;

- un basso tasso di natalità che porterà ad un progressivo invecchiamento della popolazione, minore produttività del lavoro ed una più bassa capacità competitiva del territorio;
- una quota di famiglie al di sotto della soglia di povertà pari al 9,7%, valore leggermente inferiore alla media nazionale, ma ben superiore al dato dell'Italia centrale (5,9%) e del Lazio (6,0%). Tale aspetto condiziona l'ampiezza del mercato interno, nonché la capacità gravitazionale della provincia, in un contesto regionale ove l'area metropolitana di Roma si espande progressivamente;
- una struttura produttiva in cui si declina la presenza di diversi modelli produttivi, dalla grande impresa, alle aggregazioni distrettuali, alle piccole imprese polverizzate sul territorio. Il che determina la compresenza di sistemi in grado di agganciare efficacemente i primi segnali di ripresa internazionale e settori/aree che scontano le difficoltà occupazionali e la riduzione della spesa delle famiglie sul mercato interno;
- un tessuto produttivo sostanzialmente competitivo, grazie alla presenza di comparti eterogenei ed un mercato interno di dimensioni non modeste. Tuttavia, la marcata incidenza nella formazione del prodotto di settori tradizionali rischia di apportare una quota limitata di ricchezza aggiuntiva all'economia della provincia, tale da porre in essere una crescita non in linea con le esigenze delle famiglie;
- una difficoltà di accesso al credito da parte delle imprese meno strutturate ed esposte alla congiuntura locale. D'altro canto, diminuisce la rischiosità creditizia del territorio, grazie alla progressiva risoluzione di concentrazioni di elevate sofferenze in pochi affidati, nonché alla continua evoluzione giuridica del sistema imprenditoriale;
- la significativa presenza di segmenti produttivi a supporto dell'economia locale, quali la distribuzione organizzata, il terziario avanzato, la logistica;
- gli squilibri infrastrutturali. Da un lato l'asse autostradale, su cui si è sviluppata la presenza di eccellenze imprenditoriali, dall'altro, la non sufficiente articolazione delle reti ferroviarie, delle utilities e delle infrastrutture culturali e sociali. In uno scenario economico ancora incerto, in cui i sistemi produttivi più competitivi ed internazionalizzati hanno colto, in maniera disordinata da Nord a Sud, le prime opportunità della ripresa, il mercato interno è ancora caratterizzato dalle perdite nel mercato del lavoro, nonché da una domanda delle famiglie debole. In tale contesto, il Lazio mostra una crescita in linea con quella nazionale ed un certo dinamismo nella capacità di produrre ricchezza aggiuntiva, sebbene non manchino problemi e fattori di inerzia. In ogni caso, anche il Lazio ha registrato una dinamica recessiva che ha frenato la spesa delle famiglie e gli investimenti delle imprese. Di fatto, il Pil nazionale nel 2010 torna a vedere il segno positivo (+1,8% a prezzi correnti) e la regione Lazio si inserisce sul sentiero di crescita con una variazione del Pil a prezzi correnti pari al +1,7% rispetto al 2009.



La provincia di Frosinone mostra una variazione del Pil nel 2010 pari al +2,8%, un punto percentuale in più rispetto alla media nazionale e regionale. In questo ambito, nella provincia di Frosinone, sebbene le ditte individuali e le società di persona rappresentino l'80% delle imprese totali, la tendenza attuale porta i segni di un rimodellamento su forme di impresa più articolate ed adatte a competere con il mercato internazionale.

Tale tendenza trova conferma nella continua evoluzione della base imprenditoriale. La variazione annua delle imprese per forma giuridica evidenzia un incremento delle società di capitali pari al +5,1%; un valore superiore al corrispondente dato del Lazio (+1,6%) e dell'Italia (+2,8%). Anche le "altre forme giuridiche", presenti nel 2010 con 1.306 unità, hanno rilevato un incremento significativo (+6,9%) soprattutto se confrontato con il tasso di variazione del Lazio (+4,3%) e dell'Italia (+2,6%). Le ditte individuali e le società di persona, di contro, presentano una crescita pressoché nulla.

Con ogni evidenza, l'evoluzione giuridica del sistema produttivo locale deriva dall'esigenza di essere presenti, in maniera robusta, sui mercati esteri. Le performance evidenziate dalla provincia nel 2010, in termini di scambi commerciali, infatti, acquisiscono un peso notevole nella ripresa del sistema economico. Le esportazioni sono aumentate nell'ultimo anno del +47,4%, mentre le importazioni del +45,1%. Inoltre, la quota di incidenza delle esportazioni del Frusinate rispetto alla regione è passata dal 19,6% al 23,3%. Si tratta di dinamiche molto favorevoli in quanto la propensione all'export della provincia, data dal rapporto tra le esportazioni e il PIL, presenta un trend consistente (Frosinone 28,9%; Italia 21,7%) ed in crescita nel periodo 2007-2010, il che significa che la crescita del Pil provinciale è ampiamente influenzata dagli scambi con l'estero. La crisi finanziaria e la recessione dell'economia reale, il clima di incertezza che ne è conseguito, hanno comportato una restrizione creditizia che ha colpito in maniera significativa il tessuto produttivo e in misura più contenuta le famiglie. Inoltre, lo storico livello di sofferenze viene a creare un circolo vizioso che rendendo più oneroso e difficoltoso l'accesso al credito, ha l'effetto di ostacolare gli investimenti e quindi la capacità stessa delle imprese di rinnovarsi e rendersi competitive. Il costo del denaro, ovviamente, risentendo del peggioramento degli assetti finanziari delle imprese e delle difficoltà economiche delle famiglie si presenta tendenzialmente elevato. I tassi effettivi di interesse, che riflettono la rischiosità creditizia del territorio, praticati alle imprese nel III trimestre del 2010 hanno superato di oltre un punto percentuale il valore nazionale (6,5%), ma ben di circa 2 punti il dato regionale (5,9%), traducendosi in una penalizzazione competitiva delle imprese locali. Passando ad esaminare la domanda interna, emerge anzitutto che la quota di famiglie al di sotto della soglia di povertà risulta pari al 9,7%, valore leggermente inferiore alla media nazionale, ma ben superiore al dato dell'Italia centrale (5,9%) e del Lazio (6,0%), il che sottolinea la presenza di forti squilibri interni, con la distribuzione sul territorio di ampie sacche di disagio, determinate dalla percentuale di disoccupati di lungo periodo nel frusinate (58,6%), ben più alta rispetto a quella regionale (49,9%) e nazionale



(44,1%). Inoltre, ad aggravare il quadro contribuiscono anche la quota di pensionati sociali (Frosinone: 9,0%; Lazio: 8,5%; Italia: 6,8%) e quella di popolazione in famiglie numerose (Frosinone: 16,5%; Lazio: 14,9%; Italia: 15,7%).

Il reddito disponibile, ad esempio, posto uguale a 100 il valore nazionale, si attesta su 87,1, collocando Frosinone al 71esimo posto su 103 province; mentre la ricchezza patrimoniale si distanzia di oltre 20 punti dal dato nazionale e porta la provincia ad occupare la 74esima posizione. Il che indica come salari e ricchezza acquisita, al contrario di commercio estero e credito, frenino il sistema economico, attraverso la leva della spesa delle famiglie. L'importo dei protesti (138,1), anch'esso particolarmente elevato, riconferma il difficile scenario reddituale in cui si trovano le famiglie che, spesso, hanno la necessità di ricorrere al credito al consumo. Nonostante, dunque, l'economia provinciale mostri una crescita del prodotto nel 2010 in virtù di un sistema produttivo sostanzialmente sano e competitivo, cresce la povertà potenziale e si alimentano i gap interni.

La situazione provinciale appare contraddistinta da un mercato del lavoro che sconta alcuni problemi strutturali, cui si sovrappongono crisi aziendali e processi di ristrutturazione imprenditoriale.

A fronte di una elevata quota di disoccupati di lunga durata, si aggiunge, infatti, una crescita del tasso di disoccupazione di circa due punti percentuali (9,5% nel 2010) ed una nuova crescita del monte delle ore di cassa integrazione (Frosinone +37,9%; Italia +31,7%), determinando una fragilità intrinseca delle famiglie all'interno del sistema economico locale. La fotografia del tessuto produttivo del Frusinate presenta alcuni elementi di squilibrio, se non di vera e propria fragilità.

In termini di competitività territoriale la provincia di Frosinone presenta un gap all'interno del contesto regionale e nazionale che rende opportuno l'attuazione di politiche correttive che puntino su:

- l'incremento della domanda aggregata;
- il miglioramento della produttività e del capitale umano;
- la riduzione delle diseconomie esterne;
- la crescita della competitività del territorio.

Per quanto concerne il primo punto, l'incremento della domanda aggregata, in questo contesto si sottolinea l'esigenza di puntare sia sull'internazionalizzazione commerciale, sia sulla domanda espressa sul territorio. Entrando nel dettaglio dei dati, si comprende come quasi il 70% dell'export venga conseguito da due settori (farmaceutico e mezzi di trasporto), composti da grandi imprese multinazionali.

Al fine di conseguire una redistribuzione migliore dei risultati ottenuti sui mercati esteri - e corroborare la ricchezza acquisita, nonché la spesa delle famiglie sul territorio - è importante estendere alle imprese di minore dimensione la capacità di essere presenti sulle piazze



internazionali, magari attraverso percorsi di accompagnamento ai mercati esteri e di aggregazione, come le reti di impresa che si dimostrano funzionali per le economie di scopo. In particolare, tale aspetto può rivelarsi proficuo per il settore agroalimentare, in cui opera il 17% delle imprese della provincia, ma che incide sul totale esportato per l'1,5%, anche a fronte della qualità espressa dal territorio.

Nell'ambito dell'incremento della domanda locale, la provincia di Frosinone è dotata di un ricco patrimonio storico-culturale ed ambientale dalle elevate potenzialità. La posizione baricentrica rispetto ai due poli Roma e Napoli e la presenza dell'asse autostradale, fanno sì che il territorio possa esprimere un migliore livello di competitività attrattiva, in termini di commercio interno e flussi turistici.

Sul turismo, la provincia di Frosinone presenta ancora potenzialità turistiche sulle quali, però, occorre lavorare in un'ottica di sistema integrato di nicchia, al fine di corroborare la domanda sul territorio ed, in definitiva, il commercio interno e di prossimità. I numeri del turismo evidenziano uno scenario con buone possibilità di sviluppo che dovrebbe passare soprattutto per un miglioramento qualitativo delle strutture ricettive ed il potenziamento di poli turistici da mettere in rete. Volgendo l'attenzione al tema della produttività e del capitale umano, è noto che all'interno delle grandi imprese l'efficienza ed i relativi livelli siano piuttosto elevati. La realtà che interessa le imprese di minore dimensione, tuttavia, è caratterizzata dalla difficoltà strutturale di creazione di ricchezza aggiuntiva, con conseguente modesto livello di produttività (fattore che peraltro alimenta il sommerso), e da un capitale umano che sconta un gap in termini formativi e professionali (residenti occupati che possiedono una laurea nel 2010: Frosinone 14,3%; Italia 17,5%). In provincia, dunque, occorre continuare a corroborare l'aspetto della formazione professionale, soprattutto per le piccole e medie imprese, le quali necessitano di un rinnovamento continuo del know how interno. Passando dal contesto macro a quello delle imprese, nell'ambito della riduzione delle esternalità negative, emerge una problematica legata alle difficoltà finanziarie, acuitesi proprio durante la recessione economica, anche in relazione al costo del denaro preso a prestito. La stessa introduzione futura di Basilea 3, per quanto piuttosto dilazionata nel tempo, secondo le previsioni, dovrebbe comportare o un restringimento del credito bancario erogabile o un incremento del costo dello stesso. Altro intervento importante, è il potenziamento del sistema dei Confidi, che rappresenta un veicolo fondamentale di accesso al credito soprattutto per le imprese più piccole e sottocapitalizzate, non sempre in grado di fornire le necessarie garanzie reali a supporto di una richiesta di fido bancario. Al fine di rendere il sistema produttivo più competitivo sia sul proprio mercato che sui mercati italiani ed esteri, alimentare attrattività turistica e la gravitazione commerciale, occorre puntare ad un sistema di infrastrutture che riduca le diseconomie esterne alle imprese e favorisca un miglioramento della qualità della vita sul territorio.

Per quanto concerne le infrastrutture di trasporto, posto che tali indici nulla dicono sulla qualità dei fattori indagati, l'indice riguardante le reti stradali risulta sovradimensionato dalla presenza



dell'autostrada, mentre la rete ferroviaria ad alta velocità non può influenzare tali statistiche in quanto, in provincia, non si segnala alcuna fermata. Tralasciando, poi, la questione dell'utilizzo dell'aeroporto -che richiederebbe una decisione strategica- la competitività del territorio gioverebbe della realizzazione, consortile e/o a rete, di un Sistema Produttivo della Logistica e dei Trasporti, sia per favorire il medesimo comparto che l'intera economia.

Va sottolineato come anche le utilities alle imprese (reti telematiche e ambientali) necessiterebbero di maggiore attenzione; in particolare, le aree interne risultano non pienamente dotate di servizi telematici, mentre la Valle del Sacco sconta la stratificazione di degrado ambientale.

Infine, per alimentare l'attrattività turistica, la qualità della vita ed aver un maggiore controllo sui flussi di persone tra la provincia di Frosinone e l'area metropolitana di Roma, risulta importante puntare ad una maggiore dotazione di strutture sanitarie, culturali e ricreative.

2.2 - L'amministrazione

La Camera di Commercio di Frosinone è un Ente pubblico dotato di autonomia funzionale che svolge nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza, coincidente con la provincia, funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese curandone lo sviluppo nell'ambito dell'economia locale. Fondata nel 1927, nel corso della sua storia, la Camera ha ampliato il suo campo di azione nell'ambito dei servizi a supporto delle imprese e oggi è l'interfaccia tra l'economia reale e la Pubblica Amministrazione.

Oggi, la Camera di Commercio è prima di tutto l'interlocutore di oltre 46.000 imprese (sedi) che in provincia di Frosinone producono, trasportano o scambiano beni e servizi delle diverse categorie economiche. Ma è anche un'istituzione al servizio dei cittadini/consumatori, attiva accanto agli enti locali per lo sviluppo economico, sociale e culturale del territorio del frusinate.

Attività svolte dalla Camera

La Camera di Commercio svolge, in sintesi, attività amministrative, attività di promozione e informazione economica, attività di regolazione del mercato e tutela del consumatore, oltre alle attività di supporto interno e di amministrazione dell'Ente.

Struttura amministrativa

La Camera di Commercio di Frosinone è stata amministrata, nel corso del 2011, da una Giunta, formata dal Presidente più 9 membri, sulla base degli indirizzi stabiliti dal Consiglio, formato da 27 consiglieri espressione delle categorie economiche maggiormente rappresentative della provincia, delle organizzazioni sindacali e dei consumatori.

La struttura amministrativa della Camera si articola in 2 aree dirigenziali denominate "anagrafica-certificativa" e "amministrativa-promozionale".



Fino al 30 aprile 2011 il Segretario Generale è stato il dr. Mario Popolla, unico Dirigente in servizio che ha assunto altresì ad interim la responsabilità delle suddette due aree dirigenziali. Dal primo maggio 2011, la struttura amministrativa è stata diretta, a seguito di una convenzione con la Camera di Commercio di Latina, dal Segretario Generale dr. Antonio Rampini, che ha assunto altresì la responsabilità ad interim dell'area "anagrafica - certificativa", mentre la responsabilità dell'area "amministrativa - promozionale", è stata assunta dal dr. Domenico Spagnoli, Dirigente in convenzione con la Camera di Commercio di Latina.

Personale dipendente suddiviso per le diverse tipologie

CATEGORIE	DOTAZIONE ORGANICA	IN SERVIZIO
Dirigenti a tempo indeterminato	3	0
Categoria D:		
Posizione di ingresso D3	6	4
Posizione di ingresso D1	13	11
Categoria C:	29	19
Categoria B:		
Posizione di ingresso B3	9	6
Posizione di ingresso B1	11	9
TOTALI	71	49

Distribuzione del personale per funzioni istituzionali				
Funzioni	2010		2011	
	Valore assoluto	Valore %	Valore assoluto	Valore %
Funzione A: Organi istituzionali e Segreteria Generale	473.237,52	16%	432.261,97	16%
Funzione B: Servizi di Supporto	576.893,44	19%	527.088,76	19%
Funzione C: Anagrafe e Servizi di Regolazione del Mercato	1.525.663,87	51%	1.366.934,24	50%
Funzione D: Studio, Formazione, Informazione e Promozione Economica	434.252,95	14%	419.202,72	15%
Totale	3.010.047,78	100%	2.745.487,69	100%

I costi del personale comprendono l'importo di €. 421.049,82 relativo a spese di personale con contratto a termine.



Nella tabella "Risorse economiche" sono, riportati, in valore assoluto, i valori di proventi ed oneri, per il consuntivo dell'anno precedente, il preventivo ed il consuntivo dell'anno oggetto di rendicontazione.

Tali dati consentono di sintetizzare i flussi economici di proventi e di oneri che, dal consuntivo dell'anno precedente a quello oggetto di rendicontazione, hanno caratterizzato la fase di programmazione e quella di esecuzione del preventivo economico.

Risorse economiche			
Dati di bilancio Gestione corrente	Consuntivo al 31/12/2010	Preventivo anno 2011	Consuntivo al 31/12/2011 (anno oggetto di rendicontazione)
A) Proventi Correnti			
Diritto annuale	7.988.000	7.850.000	8.225.000
Diritti di Segreteria	1.850.000	1.838.000	1.865.000
Contributi trasferimenti e altre entrate	588.000	318.000	570.000
Proventi da gestione di beni e servizi	46.000	44.000	57.000
Variazione delle rimanenze	13.000		6.000
Totale Proventi Correnti (A)	10.485.000	10.050.000	10.723.000
B) Oneri Correnti			
Spese per il personale	3.010.000	3.292.300	2.745.000
Spese di funzionamento	2.431.000	2.450.000	2.449.000
Spese per interventi economici	1.846.000	1.750.000	1.853.000
Ammortamenti e accantonamenti	2.562.000	2.605.500	2.621.000
Totale Oneri Correnti (B)	9.849.000	10.097.800	9.668.000
Risultato Gestione Corrente (A-B)	636.000,00	-47.800,00	1.055.000,00



Nella tabella successiva sono riportati i dati rilevanti delle partecipazioni detenute dalla Camera. Ciò per ancorare l'analisi dei risultati, che sarà oggetto della sezione successiva, anche al contributo che, attraverso le partecipazioni, la Camera dà allo sviluppo dell'economia provinciale.

LE PARTECIPAZIONI			
OGGETTO SOCIALE	DENOMINAZIONE SOCIETÀ	CAPITALE SOCIALE AL 31/12/2011	PARTECIPAZIONE (VAL. %)
Organizzazione e gestione di un sistema informatico nazionale, in nome e per conto delle Camere di Commercio.	INFOCAMERE S.C.P.A./ROMA	€ 17.670.000,00	0,78%
Organizzazione, gestione e potenziamento di strutture immobiliari.	TECNO HOLDING S.P.A/ ROMA	€ 25.000.000,00	0,52%
Attività di assistenza e consulenza nei settori tecnico-progettuali, direzione di lavori, V.I.A., organizzazione e gestione delle strutture e infrastrutture di interesse comune dei soci.	TECNOSERVICECAMERE S.C.P.A./ROMA	€ 1.318.941,00	0,22%
Predisposizione, effettuazione e gestione di servizi volti all'immagazzinamento ed alla movimentazione di archivi cartacei; acquisizione ed elaborazione dati.	I.C. OUTSOURCING S.R.L./PADOVA	€ 372.000,00	0,47%
Somministrazione di lavoro, intermediazione ai sensi dell'art. 2, co. 1, lett. B) del D.Lgs. 276/2003, ricerca e selezione del personale, supporto alla ricollocazione del personale, formazione e addestramento di lavoratori.	JOB CAMERE S.R.L.	€ 600.000,00	0,0047
Realizzazione e gestione di un interporto (centro intermodale).	SOCIETA' INTERPORTUALE FROSINONE S.P.A.-S.I.F./FROSINONE	€ 6.366.419,75	9,83%
Progettazione, costruzione e manutenzione del complesso aeroportuale di Frosinone.	AEROPORTO DI FROSINONE S.P.A.- A.D.F./FROSINONE	€ 5.977.350,00	20,91%
Coordinamento e gestione di attività mirate alla promozione, realizzazione e gestione di programmi di ricerca, sperimentazione collaudo e diffusione nei campi dell'innovazione scientifica, tecnologica e organizzativa.	PARCO SCIENTIFICO E TECNOLOGICO DEL LAZIO MERIDIONALE S.C.AR.L.-P.A.L.MER. /LATINA	€ 685.020,00	13,07%
Promozione della crescita del tessuto produttivo del territorio della provincia di frosinone e dell'incremento occupazionale nello stesso.	CIOCIARIA SVILUPPO S.C.P.A./ FROSINONE	€ 224.780,00	10,00%
Promozione dell'industrializzazione e dell'insediamento di altre attività produttive nelle aree del territorio di competenza.	CONSORZIO PER LO SVILUPPO INDUSTRIALE DEL LAZIO MERIDIONALE - COSILAM/CASSINO (FR)	€ 95.951,00	4,52%
Consorzio per lo sviluppo industriale frosinone - asi/frosinone	CONSORZIO PER LO SVILUPPO INDUSTRIALE FROSINONE - ASI/FROSINONE	€ 435.027,00	18,38%
promozione, coordinamento e gestione di tutte le attività dirette alla crescita socio economica, produttiva e occupazionale dell'area coincidente con il territorio del distretto rurale della valle dei latini	DISTRETTO RURALE ED AGROALIMENTARE DELLA VALLE DEI LATINI	€ 120.000,00	0,098
Università telematica a distanza abilitata a rilasciare titoli accademici	UNIVERSITAS MERCATORUM S. CONS. R.L.	€ 324.102,29	0,77%
Sviluppo, coordinamento e realizzazione di attività e di servizi a sostegno dell'azione del sistema delle camere di commercio	RETECAMERE S.C.AR.L	€ 900.000,00	0,06%



In questa tabella, infine, sono riepilogati i dati dimensionali delle Aziende Speciali ed il contributo previsto ed effettivamente erogato nel corso dell'anno oggetto di rendicontazione.

Tale tabella evidenzia l'impegno di risorse che la Camera di commercio ha destinato allo sviluppo di azioni realizzate dalle proprie Aziende Speciali.

LE AZIENDE SPECIALI			
Nome	Dipendenti al 31/12/2011	Contributo previsto	Contributo effettivo
Aspin	4 unità a tempo indeterminato 1 unità a tempo determinato	600.000,00	600.000,00
Innova	8 unità a tempo indeterminato	600.000,00	600.000,00

2.3 - I risultati raggiunti

Il Piano della Performance per l'anno 2011, è stato elaborato tenendo conto dei documenti di programmazione già approvati dall'Ente Camerale (RPP, Preventivo 2011 e Budget direzionale), mutuando gli stessi con le opportune integrazioni, e sulla base delle priorità strategiche definite nel programma pluriennale. Ciò ha consentito la definizione dei bisogni del territorio e la successiva individuazione di obiettivi da realizzare mediante l'attuazione di programmi e azioni condivise.

All'interno del Piano è stato individuato un albero della performance articolato in schede di programmazione strategica e operativa. I risultati sono stati rilevati sulla base di tali schede, attraverso il calcolo degli indicatori di monitoraggio e di valutazione.

Con riguardo ai risultati complessivamente raggiunti da parte dell'Ente camerale con riferimento agli obiettivi operativi definiti per l'anno 2011 nel Piano della Performance, si riporta di seguito una tabella riepilogativa dello stato di attuazione di ciascuna linea strategica. Il dettaglio dei risultati raggiunti all'interno delle aree strategiche è riportato nell'allegato albero della performance.

LINEE STRATEGICHE	PERFORMANCE Stato di attuazione degli obiettivi operativi ANNO 2011
A COMPETITIVITA' DEL SISTEMA ECONOMICO PRODUTTIVO LOCALE	92,83%
B PROMOZIONE DELLA CULTURA DELLA LEGALITA'	96,43%
C EFFICIENZA AMMINISTRATIVA E L'ORIENTAMENTO AL CLIENTE NELLA GESTIONE DELLE RISORSE PUBBLICHE	97,31%
D RAFFORZAMENTO DEL RUOLO E DELL'IMMAGINE ISTITUZIONALE DELL'ENTE QUALE AGENTE DELLO SVILUPPO LOCALE	83,33%
TOTALE	92,47%



Nell'ambito delle attività previste nel Piano della Performance è stata realizzata anche un'indagine generale di Customer Satisfaction, in collaborazione con Retecamere, di cui si riportano le principali risultanze.

Il "Diritto Annuale" risulta essere il servizio più conosciuto presso le imprese con una percentuale di dichiaranti del 98,8% (con utilizzo pari al 83,4% dei conoscitori), ed un alto gradimento pari al 50,1% (Buono) e del 27,8% (Discreto) fra gli utilizzatori.

Anche il "Registro delle imprese" con il 96,6% delle imprese che affermano di conoscerlo (utilizzandolo nel 91,6% dei casi) e di gradirlo, esprimendo il massimo della valutazione (Buono) nel 62% dei casi.

Tra i servizi di supporto maggiormente conosciuti sono risultati per il 62,8% le "informazioni sui prezzi" (con un gradimento molto alto, si veda la risposta "Buono" nel 51,1% dei casi, quasi il doppio della media nazionale) e per il 39,1% i "corsi di formazione". Sui corsi di formazione il giudizio sul gradimento è piuttosto omogeneo: per il 43% degli utilizzatori è "Buono", per 23,2% è discreto, mentre va notato il giudizio "sufficiente" per il 32,9% del campione (i dati sono particolarmente significativi, dato che l'89,4% dei conoscitori si sono dichiarati utilizzatori del servizio).

Una situazione chiaramente positiva la mostra il servizio "Informazioni sui prezzi, sulle statistiche e sulla situazione economica, studi ed analisi economiche, Osservatorio dell'Economia.", che è molto conosciuto e utilizzato (ben al di sopra della media nazionale), nonché valutato "Buono" dal 51,1% degli utilizzatori, dove il dato nazionale di confronto si attesta al 26,5%.

Vi sono alcune note di attenzione, infine, specie osservando le valutazioni del servizio "Regolazione del mercato (Ufficio metrico, Usi e consuetudini, Clausole e Contratti tipo)" (dove il giudizio "Sufficiente", sebbene gli utilizzatori intervistati fossero 37, esprime un significativo 40,5%), e ancora sulle "Informazioni e assistenza sui finanziamenti agevolati, incentivi e contributi alle imprese.", dove a fronte di una buona conoscenza (38,7%) e di un ampio utilizzo (74,2%) il dato relativo al "Sufficiente" è pari al 42,3% e quello "Insufficiente" pari al 13,9%. Inoltre si sottolinea la "Partecipazione a fiere, mostre e missioni", dove il giudizio "Sufficiente" è stato espresso dal 59,9% dei 60 utilizzatori intervistati: lo stesso dato riportato sullo scenario nazionale è pari al 17,9%. Infine si nota che le "Informazioni, promozione e supporto ai contratti di reti di imprese", pur essendo un servizio conosciuto solo dal 15% delle imprese, al momento della valutazione mostra un giudizio quasi unanime da parte dei 62 casi intervistati, che per il 78,9% lo giudicano "Sufficiente".

Vi è poi un set di domande che vengono poste in ottica prospettica e riguardano le aspettative delle imprese rispetto all'Ente, ed analizzandole si nota che a Frosinone come nel resto del



Paese sono due le tematiche a raccogliere il maggior numero di indicazioni: il tema della "Semplificazione delle pratiche amministrative" e quello dei "Finanziamenti e contributi alle imprese". In questa sezione tuttavia vi è una chiara indicazione che va in controtendenza rispetto alla media nazionale: le imprese della provincia di Frosinone indicano per il 28,6% come priorità il "rendere più fruibile internet per le imprese attraverso WI-FI e banda larga" (media nazionale: 1,4%). Continuando con le attese, ad una domanda successiva si sono indicate come priorità sia la "Promozione del territorio e delle economie locali", dove siamo in linea con la media nazionale, sia le "informazioni, promozione e supporto ai contratti di reti di imprese" dove il 48,2% delle risposte è quasi il doppio rispetto al dato di confronto nazionale (24,7%).

L'ultimo blocco di domande poste alle imprese riguarda le modalità di funzionamento degli uffici, e qui si è cercato di ottenere maggiori informazioni dagli utenti rispetto alla sede, agli uffici e agli sportelli e quindi al personale che presta servizio e assiste gli utenti nella fruizione dei diversi servizi offerti dall'Ente.

L'81,3% degli intervistati dichiarano di essersi recati "personalmente" negli uffici della Camera nell'ultimo anno, ed è consistente la percentuale delle imprese che considera gli uffici della Camera di Frosinone come "facilmente raggiungibili" (88,8%) e di coloro che considerano l'accesso ai servizi di "facile accesso e dotato di una segnaletica adeguata" (55,2%). Il personale della Camera viene giudicato in modo positivo per la maggior parte degli aspetti analizzati; la cortesia degli operatori della Camera viene giudicata da oltre l'88% del campione come "buona" e/o "discreta", la chiarezza delle informazioni fornite da oltre l'83% delle imprese.

Il servizio del centralino è stato utilizzato dal 19,5% delle imprese intervistate che per il 69,2% lo considerano come uno strumento "buono".

Conclusioni - Il servizio di rilevazione della Customer Satisfaction si può ben considerare, alla luce degli spunti ottenuti dall'analisi dei risultati, una fonte importante di stimoli e informazioni su come l'Ente è percepito e un valido supporto alla pianificazione delle azioni che l'Ente intraprenderà con l'obiettivo di accrescere sempre più il valore del rapporto che lo lega agli imprenditori che animano il tessuto economico del territorio.

2.4 - Le criticità e le opportunità

Il cambio del Presidente e del Segretario generale, nel corso della prima parte dell'anno, hanno determinato un cambio del quadro di riferimento operativo.

Si sono manifestate alcune criticità rispetto alla possibilità di perseguimento di alcuni obiettivi e in alcuni casi è stato necessario procedere alla correzione degli stessi nel corso dell'anno.

A metà anno è stato sviluppato un monitoraggio sullo stato di attuazione dei progetti definiti nell'ambito di ciascun obiettivo operativo; ciò è stato preliminare alla complessiva revisione del



piano. E' auspicabile che il monitoraggio intermedio e finale dei risultati diventi uno strumento di sempre maggiore rilievo ai fini della programmazione. Nel primo anno di attuazione del Ciclo della performance, non è stato previsto un sistema di pesatura specifica per i singoli obiettivi programmati e ciò ha comportato la necessità di attribuire una equivalenza di ponderazione a ciascuno di essi in fase di valutazione dei risultati. In occasione dell'aggiornamento del Piano della Performance per il 2012 si prevede di attribuire a ciascun obiettivo un peso, per valutare in maniera più agevole ed immediata il risultato rispetto al programma in cui ciascun obiettivo è inserito.

Relativamente all'anno 2011, si segnala, nel dettaglio, che non è stato deciso lo stanziamento di contributi da erogare in conto interessi e, pertanto, l'attività è stata svolta solo per l'assistenza al credito mediante l'utilizzo di un fondo di garanzia.

La scadenza del mandato del Comitato imprenditoria femminile nel luglio 2011 non ha consentito lo sviluppo delle attività programmatiche previste nella relazione previsionale 2011, mentre è stato attivato il "Bando per l'assegnazione di contributi alle imprese femminili artigianali e commerciali".

E' stato necessario variare il termine entro cui procedere alla sottoscrizione dell'intesa quadro per il progetto Medioevo in Ciociaria per ragioni concernenti i rapporti istituzionali tra i partner. Durante l'anno sono state inserite nuove attività, la cui realizzazione è stata decisa nel corso dell'esercizio. E' stato inserito, in tal senso nel Piano l'inserimento del progetto "Ricette di famiglia" (delib. G.C. n. 100 del 30 agosto 2011) e la realizzazione di una nuova annualità del progetto per il sostegno della diffusione dell'innovazione tecnologica A.I.D.A. (decisa con aggiornamento di bilancio, delib. G.C. n. 71/2011, del. cons. Cam. n. 19/2011).

Alcune criticità si sono manifestate soprattutto per le carenze di organico, che non hanno consentito la realizzazione di alcune attività di tutela dei consumatori in materia di vigilanza sui prodotti, di un evento sulla contraffazione, mentre la diffusione di un prontuario sulla lotta alla contraffazione è divenuta impossibile per l'indisponibilità editoriale del testo. E' stato necessario procedere altresì ad alcune correzioni di obiettivi interni della Ragioneria a causa di un lungo periodo di assenza dei responsabili del servizio e dell'unità funzionale relativa.

Sono state necessarie poi alcune correzioni relative alle attività di Mediazione in quanto, durante l'esercizio, ne è stata decisa l'attribuzione all'azienda speciale Innova. Ciò ha avuto delle ripercussioni anche sul numero di conciliazioni attivate, avendo potuto l'Ufficio offrire ai consumatori solo alcuni servizi di ADR.

E' stata necessaria una rimodulazione dei tempi per la pubblicazione della nuova Raccolta degli Usi e consuetudini in quanto la Commissione Provinciale Usi ha deliberato di integrare la bozza che è stata poi approvata dalla Giunta ed inviata a tutti i Comuni della provincia ed alle associazioni ed agli enti interessati per eventuali osservazioni. Solo al termine di questa fase, la Giunta, esaminati i rilievi formulati dai soggetti interessati, ha potuto approvare, con ritardo rispetto alle previsioni, il testo definitivo della Raccolta da pubblicare e divulgare.



La fase di transizione che si è aperta, a partire dal mese di maggio, con l'improvviso cambio del Segretario generale, ha comportato l'introduzione di numerose variazioni procedurali interne, con una riconsiderazione delle priorità operative. Non è risultata attuabile, in tal senso, data anche la sua complessità e la trasversalità a tutti i servizi, l'iniziativa di riordino, sistemazione, ed identificazione della documentazione presso l'archivio cartaceo per l'avvio di procedure di scarto di documenti, mentre è stato introdotto un nuovo sistema per la gestione e pubblicazione delle delibere con una riconsiderazione delle relative tempistiche.

E' stata invece decisa in corso d'anno l'adozione di uno specifico strumento gestionale informatico per il controllo di gestione, che è stato reso effettivamente disponibile da Infocamere dalla fine del mese di ottobre 2011.

Alcune modifiche tecniche sono state poi necessarie su questioni attinenti i rapporti con Equitalia per le posizioni inesigibili e sono state necessarie alcune correzioni di algoritmi.

E' stato innalzato l'obiettivo di incremento degli accessi al sito internet istituzionale, sulla base del monitoraggio dell'andamento degli stessi.

La realizzazione di un evento per l'inaugurazione del Palazzo Economia è stato invece rimandato al 2012 per la necessità di dover attendere il completamento degli allestimenti, la cui tempistica ha risentito anche dei tempi di completamento delle opere integrative di ristrutturazione, dell'articolazione e complessità procedurale delle gare, e delle rilevanti variazioni organizzative interne intervenute nel corso dell'anno.

3. OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI

Il 2011 è stato un anno denso di avvenimenti che hanno avuto rilevanti riflessi sulla gestione dell'Ente.

In data 8 marzo 2011 è deceduto il Presidente Mario Papetti e in data 5 aprile 2011 Florindo Buffardi è stato eletto nuovo Presidente.

In data 5 aprile 2011 il Consiglio ha proceduto alla modifica della norma statutaria preliminare all'avvio delle procedure per il rinnovo del Consiglio camerale, in vista della scadenza naturale quinquennale di novembre 2011. Il 18 aprile 2011 è stato pubblicato l'Avviso per l'avvio delle procedure per la costituzione del nuovo Consiglio camerale e il 17 agosto 2011, la documentazione presentata dalle Associazioni di categoria, dalle Organizzazioni sindacali e dalle Associazioni dei consumatori è stata trasmessa al Presidente della Regione Lazio per le determinazioni di competenza relativamente alla ripartizione dei seggi del nuovo Consiglio camerale.

Il Presidente della Regione Lazio ha provveduto alla suddetta ripartizione con decreto del 27 gennaio 2012, fissando successivamente per il 9 luglio 2012 la data di insediamento del nuovo Consiglio.

In data 19 dicembre 2011 il Consiglio camerale ha adeguato lo Statuto camerale sulla base dei



Regolamenti di attuazione degli articoli 10 e 12 della legge n. 580/93 come modificata dal D.Lgs. 23/10 (DD.MM. n. 155 e n. 156 del 4 agosto 2011).

A seguito della cessazione dal servizio, in data 30 aprile 2011, del Segretario generale dr. Mario Popolla, per raggiunti limiti di età, dal 1° maggio 2011, a seguito di stipula di una convenzione con la Camera di Commercio di Latina, l'incarico di Segretario generale della Camera di Commercio di Frosinone è stato assunto dal dr. Antonio Rampini. In forza della medesima convenzione, è stato incaricato di prestare servizio presso la Camera di Commercio di Frosinone anche il Dirigente della Camera di Commercio di Latina dr. Domenico Spagnoli. Sulla base di tale convenzione è stata assicurata presso l'Ente la presenza delle figure dirigenziali mediante per due giornate a settimana.

Con deliberazione della Giunta camerale n. 159 del 19 dicembre 2011, considerata la cessazione dal servizio, dal 29 dicembre 2011, del dr. Antonio Rampini quale Segretario generale della Camera di Commercio di Latina, è stato conferito allo stesso un incarico di Dirigente a tempo determinato, facente funzioni di Segretario generale, della Camera di Commercio di Frosinone, dal 30 dicembre 2011 fino al 10 maggio 2012.

In data 31 marzo 2012, è terminato il rapporto convenzionale con la Camera di Commercio di Latina per la fornitura del servizio di un dirigente.

In data 26 aprile 2012 è stato designato dalla Giunta camerale il nuovo Segretario generale dell'Ente nella persona del dr. Federico Sisti che, in attesa della nomina ministeriale, ha assunto l'incarico, a partire dall'11 maggio 2012, di Segretario generale dell'Ente, in rapporto convenzionale con la Camera di Commercio di Matera.

Le variazioni degli assetti dirigenziali avvenuti nel corso del 2011 hanno necessariamente influenzato la gestione dell'Ente.

Si segnala che il 18 ottobre 2011 è stato approvato dalla Giunta camerale, su proposta dell'Organismo Indipendente di Valutazione, il nuovo Sistema di misurazione e valutazione della Performance, prevedendo che lo stesso venisse comunque applicato, sia pure in via sperimentale, fin dall'anno 2011.

L'andamento della gestione, nel corso del 2011, è stato periodicamente monitorato e nel mese di novembre si è proceduto ad un aggiornamento del Piano della performance, con la revisione degli obiettivi operativi.

Questa prima edizione della Relazione sulla performance va ad incardinarsi sull'ultimo anno di riferimento del programma pluriennale (2007-2011); si segnala a tal proposito che per l'intero periodo di mandato è stato realizzato, nel corso del 2011, poi presentato nel mese di marzo 2012, uno specifico Bilancio di Mandato.

Con la prima edizione del Piano della Performance sono stati fissati gli obiettivi strategici ed i relativi target su base triennale. Tali obiettivi sono stati poi declinati in obiettivi operativi e stabiliti relativi target su base annuale.

Le attività di misurazione vengono pertanto basate sui risultati attesi degli obiettivi operativi,



per i quali è stato fissato il relativo target annuale.

3.1 – Albero della Performance

Come già precisato nel paragrafo precedente, l'albero della performance all'interno del Piano della Performance per l'anno 2011, risulta dalle schede di programmazione strategica ed operativa. Per comodità di lettura si riporta in allegato (Allegato 1) l'elaborazione sintetica dell'albero della performance utile per una più agevole lettura delle schede tecniche allegate relative alle tabelle degli obiettivi operativi. Nelle suddette schede per ciascun obiettivo sono riportati i seguenti dati: descrizione, risorse finanziarie, indicatori, target, risultato e grado di raggiungimento dell'obiettivo.

3.2 e 3.3 Aree ed obiettivi strategici, Obiettivi e piani operativi

L'analisi di dettaglio viene riportata nelle allegate tabelle degli obiettivi operativi.

Si precisa che in tali tabelle, oltre agli indicatori cui è associato uno specifico target atteso, vengono riportate anche alcune ulteriori informazioni disponibili sull'andamento dell'obiettivo.

Valutazioni sugli obiettivi strategici verranno effettuate a partire dall'annualità 2012. Nel processo di formulazione del Piano della Performance 2012-2014, allo scopo di adeguare gli strumenti di programmazione dell'Ente rispetto alle indicazioni normative introdotte con il Ciclo della Performance, sono stati infatti previsti anche specifici risultati attesi annuali per gli obiettivi strategici.

3.4 Obiettivi individuali

A tutto il personale sono stati assegnati obiettivi individuali.

In particolare, nell'assegnazione degli obiettivi è stato utilizzata una graduazione sulla base della complessità dello stesso ed anche un criterio di tipo numerico in base alla categoria di appartenenza del personale. Gli stessi sono stati derivati direttamente dal Piano della Performance, ove ciò non sia stato possibile sono stati comunque formulati obiettivi coerenti con le stesse linee programmatiche.

Nel Piano vengono evidenziati tutti gli obiettivi assegnati al Segretario generale e Dirigenti.

A partire dal Piano sono stati assegnati numero cinque obiettivi a ciascuna posizione organizzativa.

Ai responsabili di servizio sono stati assegnati quattro obiettivi, ai responsabili di unità funzionale tre obiettivi, agli appartenenti alla categoria C due obiettivi e alle categorie B un obiettivo.

L'avvicendamento dei Segretari generali alla guida dell'Ente e la mancanza di ulteriori Dirigenti in pianta stabile, non ha ancora consentito la conclusione del processo di valutazione degli obiettivi individuali.



4. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITA'

Nella presente sezione l'Ente intende rendicontare i risultati conseguiti in termini di efficienza ed economicità nell'anno oggetto della Relazione, e la sua capacità di gestire le risorse economiche anche attraverso un continuo monitoraggio.

Si riportano sinteticamente alcune informazioni rilevanti di carattere economico-patrimoniale.

In particolare, il margine di tesoreria di seguito riportato evidenzia la correlazione tra attivo circolante e le sue fonti di finanziamento, sintetizzando la capacità dell'Ente di coprire i debiti a breve con la liquidità immediata e le disponibilità differite (crediti). Si fornisce di seguito l'evoluzione delle principali voci correnti dello stato patrimoniale



INDICI PATRIMONIALI: MARGINE DI TESORERIA				
	2011	2012	2013	2014
ATTIVO CIRCOLANTE	8.857.035	8.039.216	7.445.733	6.852.250
Crediti di funzionamento netti	3.615.045	3.039.216	2.945.733	2.852.250
Disponibilità liquide	5.241.990	5.000.000	4.500.000	4.000.000
PASSIVO CIRCOLANTE	3.023.201	3.164.874	3.840.000	4.210.000
Debiti di funzionamento (Entro 12 mesi)	1.930.501	2.160.000	2.410.000	2.410.000
Debiti per interventi economici (Entro 12 mesi)	333.789	530.000	1.030.000	1.500.000
Debiti per servizi e/terzi	277.736	124.874	150.000	150.000
Debiti da investimenti	407.701	200.000	100.000	-
Fondo rischi ed insolvenze c/c bancari vincolati	-	150.000	150.000	150.000
Fondo Rischi e Oneri	73.475	-	-	-
MARGINE DI TESORERIA 1 (CASSA / DEBITI FUNZIONAMENTO/DEBITI DA INV.)				
Risultato simulazione	1,78	1,66	1,22	0,99
TARGET	1,00	1,00	1,00	1,00
MARGINE DI TESORERIA 2 (CASSA + CREDITI FUNZIONAMENTO/ DEBITI FUNZIONAMENTO/DEBITI DA INV.)				
Risultato simulazione	3,00	2,67	2,02	1,69
TARGET	2,00	2,00	2,00	2,00
MARGINE DI TESORERIA 3 (Attivo Circolante / Passivo Circolante al netto dei fondo rischi insolvenze)				
Risultato simulazione	2,93	2,67	2,02	1,69
TARGET	2,00	2,00	2,00	2,00

Dal prospetto precedente si evince una capacità dell'Ente di fronteggiare i debiti a breve con mezzi immediatamente disponibili. La Camera di Commercio mantiene quindi un margine di sicurezza tra l'attivo e il passivo circolante che supera ampiamente il 60% del totale dell'attivo circolante.



INDICI PATRIMONIALI: MARGINE DI STRUTTURA				
	2011	2012	2013	2014
IMMOBILIZZAZIONI	13.292.562	13.298.562	13.148.562	12.948.562
materiali	8.894.232	9.099.232	9.149.232	9.149.232
immateriale	4.003	5.003	5.003	5.003
finanziarie	4.394.327	4.194.327	3.994.327	3.794.327
PATRIMONIO NETTO	16.249.613	16.229.613	15.429.613	14.429.613
PASSIVO FISSO	5.882.650	6.037.798	6.862.924	7.392.924
Debiti di finanziamento	2.970.579	3.035.727	3.710.853	4.080.853
Trattamento di fine rapporto	2.912.071	3.002.071	3.152.071	3.312.071
MARGINE DI STRUTTURA (1) (PN /Immobilizzazioni)				
Risultato simulazione	1,22	1,22	1,17	1,11
TARGET	1,00	1,00	1,00	1,00
MARGINE DI STRUTTURA (2) (PN +Debiti finanziamento/Immobilizzazioni)				
Risultato simulazione	1,45	1,45	1,46	1,43
TARGET	1,00	1,00	1,00	1,00
MARGINE DI STRUTTURA (3) (PN +Passivo Fisso/Immobilizzazioni)				
Risultato simulazione	1,67	1,67	1,70	1,69
TARGET	1,00	1,00	1,00	1,00

Tutti e tre i margini definiti nel prospetto precedente, risultano ben al di sopra dei valori di target previsti per i margini di struttura.



5. PARI OPPORTUNITA' E BILANCIO DI GENERE

Si illustrano di seguito alcune informazioni rilevanti per descrivere l'impatto differenziato a livello di genere che l'organizzazione camerale ha determinato con la propria azione, sia al suo interno che all'esterno.

Si riportano dati e informazioni riguardanti le azioni e i progetti della Camera di Commercio con una più immediata ricaduta in termini di genere, in particolare la promozione dell'imprenditoria femminile.

Benchè l'Ente non abbia ancora realizzato un bilancio di genere per le scadenze più immediate e per la prima sperimentazione di tali strumenti, si prevede un processo evolutivo per mettere a regime la realizzazione del Bilancio di genere, integrandolo compiutamente nel processo di gestione della performance.

Si evidenzia che in data 14 marzo 2011, con determinazione dirigenziale n.90 è stato costituito il Comitato unico di garanzia per le pari opportunità, la valorizzazione del benessere di chi lavora e contro le discriminazioni della Camera di Commercio di Frosinone.

Nel corso del 2011, inoltre, è stato gestito un Bando per la concessione di contributi alle micro e piccole imprese femminili della provincia di Frosinone diretti a favorire un miglior posizionamento delle aziende sul mercato.

Per raggiungere tale obiettivo l'Ente camerale ha stanziato uno specifico fondo di euro ventimila da destinare per il 50% a imprese commerciali e di servizi e per il 50% a imprese artigianali.

Si segnala, infine che, nel corso del 2011 è andato in scadenza il mandato del Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile e che lo stesso dovrà essere rinnovato nel corso del corrente anno.

6. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE E IL COLLEGAMENTO CON GLI ALTRI DOCUMENTI DI "RENDICONTAZIONE"

La Relazione sulla performance costituisce il momento finale del processo di monitoraggio e valutazione della performance che l'Ente Camerale realizza, sulla base di quanto descritto nel documento riportante il Sistema di Misurazione e Valutazione adottato formalmente, e prendendo come riferimento il Piano della performance adottato per l'anno oggetto di rendicontazione.

In particolare:

- il Sistema di Misurazione e Valutazione della performance identifica:
 - quali ambiti della misurazione e valutazione della performance organizzativa ed individuale devono essere monitorati e con quali indicatori;



- quali sono il processo e le modalità attraverso il quale si effettua il monitoraggio;
- il Piano della performance individua per ciascuno degli obiettivi, i target degli indicatori declinati sugli anni del triennio di riferimento, e un set di indicatori di contesto;
- la Relazione sulla performance presenta in maniera integrata i risultati delle attività di valutazione della performance relativi all'esercizio oggetto di rendicontazione e fornisce una analisi degli scostamenti rispetto agli obiettivi di Piano.

La Relazione sulla performance assume una struttura coerente ed omogenea a quella del Piano della performance ed ha l'obiettivo di comunicare gli esiti della valutazione circa la capacità, da parte dell'Ente Camerale, di produrre risultati e raggiungere i livelli di performance programmati.

La Relazione, predisposta dal Segretario Generale sulla base dei diversi documenti ed atti di rendicontazione, al pari del Piano della performance viene approvata, ai sensi dell'art. 15, comma 2, lettera b), del decreto, dagli Organi della Camera.

Tale Relazione viene, successivamente, validata dall'Organismo Indipendente di Valutazione.

La Relazione può recepire, ove coerenti con il disposto del D. Lgs. 150/ 2009 e con le delibere CIVIT, alcuni contenuti della Relazione sui risultati prevista dall'art. 24 dal DPR 254/05, ma va comunque redatta come documento autonomo e messa in trasparenza secondo le modalità previste dal Decreto.

La predisposizione della Relazione sulla Performance della Camera di Commercio di Frosinone per l'anno 2011 trae il proprio avvio dalla rilevazione, elaborazione ed analisi degli indicatori di monitoraggio inseriti all'interno del Piano della Performance 2011. La struttura di Programmazione e Controllo di Gestione, in Staff al Segretario Generale, ha provveduto alla raccolta dei dati presso i Servizi dell'Ente e le Aziende speciali. Si è tenuto conto, altresì dei dati di consuntivo resi disponibili dall'Ufficio Ragioneria. L'elaborazione della Relazione è stata effettuata seguendo le specifiche indicazioni fornite dalla delibera Civit n.5/2012 e dalle linee guida emanate da Unioncamere. Le fasi del processo di elaborazione del documento sono riportate nella tabella seguente.

Si evidenzia tuttavia che il processo ha risentito altresì della scadenza degli Organi, entrati nella fase della prorogatio a partire dal 13 maggio 2012, periodo durante il quale possono essere adottati solo atti di ordinaria amministrazione nonché atti urgenti ed indifferibili.

Gli atti relativi all'adozione della predisposizione della Relazione da parte della Giunta e la successiva approvazione da parte del Consiglio risentono, quindi, della tempistica delle operazioni di insediamento e di avvio dell'operatività dei nuovi Organi.



FASE DEL PROCESSO	SOGETTI COINVOLTI	ARCO TEMPORALE (MESI)												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Rilevazione dei dati di consuntivo 2011	Aree di riferimento Servizi dell'Ente, Aziende speciali, Struttura di staff del SG Programmazione e Controllo di gestione	X												
Elaborazione dei dati rilevati	Struttura di staff del SG Programmazione e Controllo di gestione	X	X											
Analisi dei risultati conseguiti	Segretario Generale (Dirigenza camerale)			X	X									
Predisposizione della bozza della Relazione	Segretario generale e Struttura di staff del SG Programmazione e Controllo di gestione					X	X							
Predisposizione della Relazione da parte della Giunta	Giunta					(*)	(*)	(*)	(*)	X				
Approvazione della Relazione da parte del Consiglio	Consiglio					(*)	(*)	(*)	(*)				X	
Presentazione della Relazione	Segretario generale													X

(*) Organi in prorogatio dal 13 maggio 2012; nuova Giunta eletta in data 2 agosto 2012

6.1 - Fasi, soggetti, tempi e responsabilita'

Su indicazione del Segretario Generale, è stato effettuato il monitoraggio del primo semestre dell'anno, relativamente agli obiettivi operativi indicati nel Piano della Performance. Nei primi mesi del 2012 è stata effettuata la rilevazione dei dati di consuntivo dell'anno. I dati sono stati successivamente rielaborati per il calcolo degli indicatori, e quindi, per la definizione del grado di attuazione dei vari obiettivi.

Le schede di report sono state fornite da ciascun Responsabile e sottoposte all'attenzione del Segretario Generale.

La predisposizione della Relazione è avvenuta sulla base dell'elaborazione degli indicatori per la misurazione e valutazione degli obiettivi, in coerenza con quanto disposto dalla delibera CIVIT n.5/2012.

Il Segretario Generale, in base a quanto previsto dalla norma è tenuto a sottoporre la Relazione sulla Performance all'approvazione dell'Organo di indirizzo politico amministrativo e successivamente alla validazione dell'OIV. La Relazione dovrà poi essere pubblicata sul sito e



diffusa nel corso delle giornate sulla trasparenza previste nel programma per il 2012.

6.2 – Punti di forza e di debolezza del ciclo di gestione della performance

Il processo di attuazione del ciclo della performance, ha dimostrato di essere in costante evoluzione. Gli strumenti e le modalità per l'elaborazione dei documenti di programmazione e rendicontazione, essenziali ai fini di una buona gestione del ciclo della performance, sono stati disciplinati dalle linee guida dettate da CIVIT e da Unioncamere inserendosi in contesti gestionali preesistenti che l'Ente è tenuto costantemente ad adeguare.

Ciò che sicuramente emerge al termine del primo ciclo della performance è l'avvio di una concreta sistematizzazione delle fasi di programmazione, valutazione e rendicontazione in precedenza non sufficientemente integrate tra di loro. Il coordinamento tra i diversi documenti di programmazione economica-finanziaria e di rendicontazione con i documenti introdotti dal D.Lgs n. 150/2009, non è ancora completo.

Si segnala a tal proposito l'opportunità di integrazione della lettura della Relazione sulla Performance con le informazioni presenti del bilancio di esercizio 2011 e suoi allegati, cui si rimanda.

Si avverte inoltre la necessità di una revisione della tempistica nella predisposizione e approvazione dei documenti di programmazione (RPP, Preventivo e Piano della Performance), nonché di rendicontazione, in modo tale da rendere agevole la programmazione delle successive attività amministrative, nonché dell'integrazione nel Piano della Performance delle attività decise nel corso dell'esercizio.

A partire dal 2012, al fine di ovviare agli sfasamenti temporali di cui sopra, l'Ente ha provveduto ad avviare le attività di monitoraggio quadrimestralmente sullo stato di attuazione del Piano (finalizzate all'adeguamento del Piano stesso), per poter coordinare la rilevazione dei dati fisici con l'aggiornamento del budget direzionale. La programmazione per il 2013, che verrà avviata con la predisposizione della Relazione Previsionale e Programmatica, vedrà contemporaneamente l'avvio del processo di predisposizione del Piano della Performance e dovrà tenere conto del nuovo Programma Pluriennale che sarà approvato dal nuovo Consiglio camerale.

7. Allegati tecnici

1. Albero della Performance 2011
2. Schede di misurazione e valutazione degli obiettivi operativi



Allegato tecnico n. 1

Albero della Performance 2011

H

A



ALBERO DELLA PERFORMANCE

Il mandato istituzionale e la missione che questa Amministrazione si è data, hanno posto le basi sulle quali sono state tracciate le linee strategiche di intervento che descriveremo in questa sezione. Il processo che è stato seguito per declinare la missione nelle aree strategiche è partito dall'analisi partecipata del contesto interno ed esterno, tenuto conto delle indicazioni fornite dagli stakeholder in sede di programmazione. Tale analisi ha portato in evidenza alcune necessità proprie del tessuto produttivo della Provincia di Frosinone, bisogni a cui la Camera di Commercio ha deciso di rispondere attivamente investendo nelle aree strategiche qui definite:

LINEE STRATEGICHE DI MANDATO

- AREE STRATEGICHE
- A COMPETITIVITA' DEL SISTEMA ECONOMICO PRODUTTIVO LOCALE
 - A.1 INTERNAZIONALIZZAZIONE
 - A.2 SOSTEGNO AL CREDITO E SVILUPPO IMPRENDITORIALE
 - A.3 FORMAZIONE
 - A.4 TURISMO
 - A.5 VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI LOCALI
 - A.6 INNOVAZIONE
- B PROMOZIONE DELLA CULTURA DELLA LEGALITA'
 - B.1 TUTELA DEL CONSUMATORE
 - B.2 REGOLAZIONE DEL MERCATO
- C EFFICIENZA AMMINISTRATIVA E L'ORIENTAMENTO AL CLIENTE NELLA GESTIONE DELLE RISORSE PUBBLICHE
 - C.1 SERVIZI AMMINISTRATIVI ALLE IMPRESE
 - C.2 SERVIZI DI SUPPORTO
 - C.3 TRASPARENZA ED ECONOMICITA' DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA
 - C.4 GESTIONE RISORSE UMANE, ECONOMICHE FINANZIARIE E PATRIMONIALI
- D RAFFORZAMENTO DEL RUOLO E DELL'IMMAGINE ISTITUZIONALE DELL'ENTE QUALE AGENTE DELLO SVILUPPO LOCALE
 - D.1 COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE
 - D.2. PALAZZO DELL' ECONOMIA



Le singole aree strategiche racchiudono a loro volta obiettivi strategici, che per mezzo di piani e programmi pluriennali, vengono tradotti in obiettivi operativi da realizzarsi per mezzo di un piano di azioni.

A	COMPETITIVITA' DEL SISTEMA ECONOMICO PRODUTTIVO LOCALE	92,83%
----------	---	---------------

A.1	INTERNAZIONALIZZAZIONE	92,86%
------------	-------------------------------	---------------

A.1.1 Obiettivo strategico: 1) Incrementare e qualificare la partecipazione delle imprese agli interventi che attivano processi di internazionalizzazione: promozione internazionale (Fiere, Missioni all'estero, Incoming e progetti speciali), formazione e qualificazione, assistenza tecnica. 2) Diversificare l'offerta promozionale (in termini di iniziative programmate e piazze internazionali di assorbimento strategiche) per incoraggiare la differenziazione dei mercati di sbocco.		
A.1.1.1	FIERE INTERNAZIONALI Incremento della partecipazione delle imprese	100%
A.1.1.2	MISSIONI D'AFFARI Diversificazione dell'offerta di promozione internazionale	100%
A.1.1.3	INIZIATIVE DI INCOMING Incremento della partecipazione delle imprese	50%
A.1.1.4	SEMINARI DI FORMAZIONE E DI AGGIORNAMENTO Incremento della partecipazione delle imprese	100%
A.1.1.5	RISPOSTE A QUESITI Tempestività nella risposta ai quesiti	100%
A.1.1.6	PROGETTO INNOVAZIONE E DESIGN Sviluppo di nuovi prototipi di prodotto e loro promozione sui mercati internazionali	100%
A.1.1.7	PROGETTO ACCESSO AL CREDITO Richieste di informazione per l'accesso al credito delle imprese	100%

A.2	SOSTEGNO AL CREDITO E SVILUPPO IMPRENDITORIALE	100%
------------	---	-------------

A.2.1 Obiettivo strategico: Migliorare l'accesso al credito delle PMI; promuovere nuova imprenditorialità; promuovere l'innovazione (di prodotto e di processo)		
A.2.1.1	Favorire l'impiego delle risorse stanziare a favore dell'accesso al credito	100%
A.2.2 Obiettivo strategico: Sviluppare l'imprenditorialità femminile nella provincia mediante la realizzazione di indagini conoscitive, convegni ed eventi artistico-culturali, pubblicazioni, organizzazione di corsi di formazione, workshop per le Imprese.		
A.2.2.1	favorire un miglior posizionamento sul mercato delle micro, piccole imprese femminili della provincia di Frosinone.	100%

A.3	FORMAZIONE	71,30%
------------	-------------------	---------------

A.3.1 Obiettivo strategico: Incrementare le attività formative realizzate sul territorio nel triennio 2011-2013 rispetto al precedente periodo, mantenendo un elevato livello di gradimento da parte dei partecipanti; Aumentare l'autonomia finanziaria dell'azienda speciale mediante la partecipazione a bandi.		
A.3.1.1	Corsi di Formazione presentati a valere sul FSE gestito dalla Provincia di Frosinone e dalla Regione Lazio Intensificare l'attività di formazione per corsi a valere sul FSE gestito dalla Provincia di Frosinone e dalla Regione Lazio	50%
A.3.1.2	Interventi di Formazione Continua Intensificare l'attività di formazione Continua	50%
A.3.1.3	Ricerca e gestione delle fonti di finanziamento tramite il monitoraggio dei	66,66%



bandi di gara	
Intensificare l'attività di formazione con finanziamenti di altre fonti	
A.3.1.4 Corsi di Aggiornamento e qualifica nel settore alimentare	100%
Intensificare l'attività di formazione e qualifica nel settore alimentare	
A.3.1.5 Corsi nel Settore Artigianato	50%
Intensificare l'attività di formazione nel settore Artigianato	
A.3.1.6 Seminari informativi su tematiche di interesse di più settori	50%
Intensificare l'attività di formazione su tematiche di interesse di più settori	
A.3.1.7 Corsi preparatori all'esame in CCIAA per Agente di Affari in Mediazione	75%
Intensificare l'attività di formazione in materia di agenti di affari in mediazione	
A.3.1.8 Avviare l'attività di partecipazione a progetti a finanziamento diretto della Comunità Europea	non valutabile
Partecipare a bandi comunitari	
A.3.1.9 Progetto di rivalutazione dell'Artigianato Artistico della Provincia di Frosinone attraverso l'attività formativa	100%
Intensificare l'attività di formazione sull'artigianato artistico	
A.3.1.10 Corsi Abilitanti alla professione di Conciliatore	100%
Incrementare il numero di formati	
A.3.1.11 Corsi di aggiornamento per Conciliatori	non valutabile
Incrementare il numero di Conciliatori aggiornati	

A.4 TURISMO E VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI LOCALI	100%
A.4.1 Obiettivo strategico: Valorizzare e promuovere in un'ottica integrata le leve attrattive del turismo provinciale con particolare riguardo al segmento del turismo culturale, consolidando e sviluppando la sinergia tra attori istituzionali e tra questi e i privati.	
A.4.1.1 Raggiungimento di un'intesa quadro per il coordinamento degli interventi in materia di turismo culturale, con particolare riferimento al patrimonio di beni medievali esistenti in provincia di Frosinone.	100%
A.4.1.2 Mappatura del patrimonio medievale della provincia di Frosinone e degli eventi turistici collegati entro 240 gg dall'inizio dell'esercizio	100%
A.4.1.3 Nelle ultime edizioni del Buy Lazio la risposta degli operatori ciociari è risultata piuttosto fiacca, con la presenza di poche imprese. I nostri imprenditori sono stati poco convinti di un evento che probabilmente era troppo concentrato su Roma. Obiettivo dell'Ente è quindi quello di coinvolgere maggiormente sia le Associazioni di Categoria sia gli stessi operatori ad utilizzare lo strumento del Buy Lazio per promuovere le proprie attività e le proprie strutture.	100%
A.4.1.4 Elaborazione di un progetto di comunicazione capace di integrare le principali linee di prodotto turistico locali (storico, artistico, culturale, religioso, naturalistico...); definizione degli ambiti di intervento; coinvolgimento degli attori locali pubblici e privati; individuazione delle locations; redazione del palinsesto e della storyboard; organizzazione dei tavoli espositivi e dei diari di viaggio/brand territoriali; supervisione e coordinamento dei lavori della troupe televisiva.	100%

A.5 INNOVAZIONE	100%
A.5.1 Obiettivo strategico: Favorire l'innovazione delle imprese locali attraverso la valorizzazione della banca dati brevetti camerale	
A.5.1.1 Diffusione delle innovazioni tra le imprese del territorio mediante la predisposizione di un'informativa trimestrale da inviare ad un crescente numero di imprese	100%
A.5.1.2 Assistenza all'utenza e tempestivo aggiornamento della banca dati brevettuale nazionale	100%
A.5.1.3 Realizzare un Bando A.I.D.A. 2011 per incentivare l'innovazione tecnologica nelle PMI della provincia di Frosinone	100%



B	PROMOZIONE DELLA CULTURA DELLA LEGALITA'	96,43%
----------	---	---------------

B.1	TUTELA DEL CONSUMATORE	100%
------------	-------------------------------	-------------

B.1.1 Obiettivo strategico: Fornire al consumatore risposte rapide ed efficaci in caso di problemi nell'esecuzione dei contratti o nella gestione di rapporti tra le imprese.		
B.1.1.1	Organizzare il servizio in modo di accrescere le capacità di gestione delle procedure, anche in virtù della riforma che prevede la mediazione obbligatoria in un consistente numero di materie	100%
B.1.1.2	Garantire l'affidabilità commerciale e la correttezza degli strumenti contrattuali utilizzati nei rapporti con i consumatori.	100%

B.2	REGOLAZIONE DEL MERCATO	92,86%
------------	--------------------------------	---------------

B.2.1 Obiettivo strategico: Intensificazione dell'attività di vigilanza, verifiche e ispezioni per aumentare le garanzie per i cittadini e i consumatori. Migliorare l'informazione al consumatore nei confronti dei prodotti acquistati (educazione al consumo). Accrescere la conoscenza delle imprese in materia di corretta etichettatura e presentazione dei prodotti realizzati, anche attraverso la messa a regime di un servizio di informazione e tutela del consumatore sugli aspetti relativi alle frodi commerciali. Aggiornare e diffondere la raccolta degli usi e delle consuetudini. Intensificare le funzioni di ente di controllo per le produzioni agroalimentari a Denominazione di Origine.		
B.2.1.1	Aumentare la tutela dei consumatori in materia di vigilanza sui prodotti	100%
B.2.1.2	Aumento della legalità e trasparenza degli attori coinvolti nella lotta alla contraffazione mediante l'intensificazione dell'attività di vigilanza	50%
B.2.1.3	1. Incremento dell'attività ispettiva 2. Controlli presso laboratori del settore orafa nell'ambito della vigilanza sui metalli preziosi	100%
B.2.1.4	Esaminare le domande di iscrizione presentate e disporre verifica ispettiva (Esame domande di iscrizione nel sistema dei controlli del DO "Fagiolo cannellino di Atina")	100%
B.2.1.5	Miglioramento dell'attività di controllo e monitoraggio per le attestazioni inerenti i vini a denominazione di origine (DO)	100%
B.2.1.6	Applicare disposizioni Piani di controllo	100%
B.2.1.7	Codificare le norme consuetudinarie e divulgarle quanto più possibile al fine di assicurare una maggiore certezza e regolamentazione dei rapporti economici.	100%

C	EFFICIENZA AMMINISTRATIVA E L'ORIENTAMENTO AL CLIENTE NELLA GESTIONE DELLE RISORSE PUBBLICHE	97,31%
----------	---	---------------

C.1	SERVIZI AMMINISTRATIVI ALLE IMPRESE	100%
------------	--	-------------

C.1.1 Obiettivo strategico: 1) Miglioramento della qualità dell'archivio, pulito delle posizioni non più compatibili con la permanenza dell'iscrizione; 2) Miglioramento del controllo e dei tempi delle procedure interne anche in riferimento dell'attuazione della riforma del suap		
C.1.1.1	rilevare la presenza di fattori sintomatici delle condizioni per l'avvio del procedimento di cancellazione delle imprese soggette e definizione del nucleo di imprese oggetto della "pulizia" dell'archivio	100%
C.1.1.2	esecuzione della fase di avvio del procedimento di cancellazione d'ufficio attraverso le notifiche alle parti coinvolte	100%
C.1.1.3	istituire nuove procedimenti di semplificazione, di efficienza e di efficacia	100%



C.1.2 Obiettivo strategico: 1) miglioramento della qualità dell'archivio, pulito delle posizioni non più compatibili con la permanenza dell'iscrizione; 2) miglioramento dell'efficacia di accertamento delle situazioni di illegalità per omessa iscrizione all'albo artigiani e relativi ruoli ivs	
C.1.2.1 far emergere le situazioni di illegalità relative alle omissioni di denunce da parte delle imprese artigiane mediante il miglioramento delle condizioni alla base della tutela e regolazione di mercato - diminuzione delle condizioni di concorrenza sleale	100%
C.1.2.2 rilevare la presenza di fattori sintomatici delle condizioni per l'avvio del procedimento di cancellazione delle imprese soggette e definizione del nucleo di imprese oggetto della "pulizia" dell'archivio	100%
C.1.2.3 esecuzione della fase di avvio del procedimento di cancellazione d'ufficio attraverso le notifiche alle parti coinvolte	100%
C.1.3 Obiettivo strategico: Favorire il reinserimento nel circuito economico di imprese che hanno avuto problemi temporanei di liquidità e di gestione, e che poi hanno provveduto a regolarizzare le posizioni debitorie.	
C.1.3.1 Contenimento dei tempi medi di cancellazione dei protesti rispetto ai 2010 (5,86 gg.)	100%
C.1.4 Obiettivo strategico: Per le imprese che operano con l'estero controllo della veridicità delle dichiarazioni sostitutive in ordine all'origine dei prodotti esportati contenute nelle domande di certificazione di origine	
C.1.4.1 Adozione di un provvedimento dirigenziale che istituisce il controllo a campione e che detta le norme per la sua attuazione. Realizzazione controlli a campione pari al 5% delle dichiarazioni sostitutive di atto di notorietà, concernenti l'origine dei prodotti esportati, contenute nelle domande di certificati d'origine.	100%
C.2 SERVIZI DI SUPPORTO	100%
C.2.1 Obiettivo strategico: Dematerializzazione degli atti e informatizzazione dei documenti cartacei di archivio per la loro migliore conservazione, salvaguardia, valorizzazione e fruizione	
C.2.1.1 Sostituzione del sistema gestionale riguardante delibere e determine con l'introduzione di un nuovo applicativo predisposto per la produzione di documenti in formato digitale	100%
C.3 TRASPARENZA ED ECONOMICITA' DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA	90,91%
C.3.1 Obiettivo strategico: Miglioramento performance dell'Ente	
C.3.1.1. 1) predisposizione delle schede di report e condivisione delle stesse con gli uffici responsabili della raccolta dati; 2) definizione di una procedura operativa relativa al controllo di gestione	100%
C.3.1.2 assicurare il tempestivo aggiornamento dei dati sulla base delle scadenze normative e/o previste dalla procedura interna	100%
C.3.2 Obiettivo strategico: Attuazione Programma Triennale per la Trasparenza e l'Integrità	
C.3.2.1 Presidiare adeguatamente le attività legate alla Trasparenza	100%
C.3.2.2. Realizzazione di un processo di gestione del lavoro legato al Programma di Trasparenza	100%
C.3.2.3 Formalizzazione di un'agenda di incontri; organizzazione degli incontri; misurazione del livello di efficacia e gradimento delle giornate	50%



C.3.2.4 Adeguamento della struttura e dei contenuti della sezione Trasparenza Valutazione e merito alle specifiche normative	50%
--	-----

C.3.3 Obiettivo strategico: Al fine di rendere più efficiente la gestione del procedimento sanzionatorio ex L.689/81 e migliorare i pagamenti delle sanzioni amministrative, verrà attivata una specifica verifica di eventuali fatti estintivi delle obbligazioni e controlli sull'andamento dei pagamenti liberatori dei verbali di accertamento di violazione amministrativa	
C.3.3.1 Eliminazione di lacune documentali ad evitare una doppia imposizione	100%
C.3.3.2 -1) Utilizzare i sistemi informatici nel controllo documentale 2) Operare eventuali correzioni negli elementi identificativi dei debitori	100%
C.3.3.3 Applicare i sistemi informatici alla produzione ed al controllo documentale	100%
C.3.3.4 Convocare/sentire l'organo accertatore in sede di audizione	100%
C.3.3.5 -1) Evitare l'appello delle sentenze sfavorevoli all'Ente su motivi che risultino fondati. 2) Creare una casistica di riferimento nella redazione delle ordinanze e delle controdeduzioni.	100%

C.4 GESTIONE RISORSE UMANE, ECONOMICHE FINANZIARIE E PATRIMONIALI	98,31%
--	---------------

C.4.1 Obiettivo strategico: 1) Sviluppare competenze manageriali ed organizzative; 2) Creare una casistica di riferimento nella redazione delle ordinanze e delle controdeduzioni.

C.4.1.1 Pianificare e realizzare, in accordo con i responsabili dei servizi, un programma della formazione in grado di soddisfare le esigenze tecnico-professionali, manageriali ed organizzative per l'anno 2011	86,50%
---	--------

C.4.2 Obiettivo strategico: MIGLIORARE LA GESTIONE DEI PAGAMENTI	
C.4.2.1 definire e collaudare la strumentazione necessaria al monitoraggio della gestione dei pagamenti	100%
C.4.2.2 miglioramento dei tempi di pagamento	100%
C.4.2.3 disporre di dati contabili sulle entrate aggiornati	100%

C.4.3 Obiettivo strategico: MIGLIORE GESTIONE DEL CREDITO PER DIRITTO ANNUALE	
C.4.3.1 aggiornare con cadenza mensile gli importi risultanti dal c/c bancario e riversati dagli agenti della riscossione	100%
C.4.3.2 miglioramento dell'attendibilità del credito risultante dall'ultimo anno iscritto a ruolo	100%

C.4.4 Obiettivo strategico: MIGLIORARE LA GESTIONE DEL DIRITTO ANNUALE AL FINE DI INCREMENTARE IL TASSO DI RISCOSSIONE E RIDURRE I COSTI DELLA GESTIONE COATTIVA DEL CREDITO, ANCHE ATTRAVERSO UN PIU' ATTENTO MONITORAGGIO DELLA RISCOSSIONE E DEGLI AGGIORNAMENTI CONTABILI	
C.4.4.1 migliorare la riscossione del diritto annuale di competenza	100%
C.4.4.2 migliorare la riscossione del diritto annuale degli anni pregressi non ancora iscritti a ruolo e definizione dei crediti per diritto annuale erroneamente versato su altre camere di commercio	100%



D RAFFORZAMENTO DEL RUOLO E DELL'IMMAGINE ISTITUZIONALE DELL'ENTE QUALE AGENTE DELLO SVILUPPO LOCALE	83,33%
D.1 COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE	83,33%
D.1.1 Obiettivo strategico: Costituire e implementare un'anagrafica dei soggetti che hanno richiesto nel biennio precedente 2009-2010 elaborazioni statistiche particolari e settoriali, per fidelizzare e mantenere costante nel tempo il flusso di comunicazione sulle principali ricerche economiche condotte dall'Ente. Inserire nell'anagrafica i principali soggetti portatori di interesse a livello provinciale (Istituzioni locali, Associazioni di categoria, Scuole e Università)	
D.1.1.1 Realizzare una anagrafica dei soggetti richiedenti e attivare con loro un flusso costante di informazioni sulle principali ricerche economiche condotte dall'Ente	50%
D.1.2 Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficacia della comunicazione esterna della Camera al fine di far conoscere tempestivamente le iniziative camerali ed i servizi forniti facilitandone l'accessibilità e realizzando un rendiconto dell'azione amministrativa relativa al periodo di mandato	
D.1.2.1 Maggiore diffusione delle informazioni sulle iniziative ed i servizi dell'Ente	100%
D.1.2.2 Incrementare il numero di imprese presenti nel database	100%
D.2 PALAZZO DELL'ECONOMIA	non valutabile
D.2.1 Obiettivo strategico: Valorizzazione del patrimonio immobiliare dell'Ente camerale attraverso la creazione, presso la sede storica ristrutturata, delle condizioni necessarie per ospitare presso la sala convegni dell'Ente eventi tematici sull'economia	
D.2.1.1 Realizzazione evento speciale di inaugurazione	non valutabile
D.2.1.2 Realizzazione progetto allestimento nuova sede	non valutabile



Camera di Commercio
Frosinone

Allegato tecnico n. 2

Schede di misurazione e valutazione degli obiettivi operativi

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Obiettivo strategico	PROGRAMMA											
	Indicatori operativi	Peso Indicatori	Target atteso	Valore consumtivo	Scostamento rispetto al target	Risorse finanziarie Stanziate	Impiegate	Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
1) Incrementare e qualificare la partecipazione delle imprese agli interventi che attivano processi di internazionalizzazione: promozione internazionale (Fiere, Missioni all'estero, Incoming e progetti speciali), formazione e qualificazione, assistenza tecnica. 2) Diversificare l'offerta promozionale (in termini di iniziative programmate e piatte internazionali di assorbimento strategiche) per incoraggiare la differenziazione dei mercati di sbocco.	PROMOZIONE INTERNAZIONALE											
	Obiettivi operativi											
FIERE INTERNAZIONALI Incremento della partecipazione delle imprese	Incremento % (di partecipanti)	50,00%	+ 3 partecipanti	+21 (+35,5%)	+18					100,00%	100,00%	
	Customer satisfaction percentuale delle risposte positive (risposte positive > 0 uguale a 78%)	50,00%	risposte positive > 0 uguale a 78%	97,4%	+19,4%	(*)	(*)	ASPIN	DIRETTORE	100,00%	100,00%	
MISSIONI D'AFFARI Diversificazione dell'offerta di promozione internazionale	Variazione % (di nuovi Paesi target)	50,00%	+3 nuovi Paesi target	+6 (+50%)	+3					100,00%	100,00%	
	Customer satisfaction percentuale delle risposte positive (risposte positive > 0 uguale a 78%)	50,00%	risposte positive > 0 uguale a 78%	87,8%	+9,8%	(*)	(*)	ASPIN	DIRETTORE	100,00%	100,00%	
INIZIATIVE OI INCOMING Incremento della partecipazione delle imprese	Incremento % (di partecipanti)	50,00%	+2 partecipanti	-10 (-24,3%)	-12					0,00%	50,00%	
	Customer satisfaction percentuale delle risposte positive (risposte positive > 0 uguale a 78%)	50,00%	risposte positive > 0 uguale a 78%	90,10%	+12,1%	(*)	(*)	ASPIN	DIRETTORE	100,00%	100,00%	

Lo scostamento riferito riguardo l'obiettivo pianificato di "+2 partecipanti" e da considerare in relazione ai risultati ottenuti nell'"Azionaria" e nell'"Azionaria" del settore dell'Internazionalizzazione e della Promozione Internazionale.
Alla luce del numero di partecipanti alle fiere internazionali, +21 contro un obiettivo atteso di +3, ed alla varietà dell'offerta di missioni all'estero, 6 nuovi Paesi target proposti contro i 3 previsti, si riscontra che le Aziende della provincia di Frosinone hanno chiaramente deciso di investire più in attività volte all'estero piuttosto che in iniziative svolte in Italia. Inoltre, deve essere ponderato il fatto che nel corso del 2010 il solo incoming "WINE & FOOD RUSSIA 2010" ha registrato 26 partecipanti, pari al 63% delle partecipazioni di tutto l'anno e l'84% di quelle del 2011.

1) Incrementare e qualificare la partecipazione delle imprese agli interventi che attivano processi di internazionalizzazione: promozione internazionale (Fiere, Missioni all'estero, Incoming e progetti speciali), formazione e qualificazione, assistenza tecnica, internazionali di assorbimento strategiche) per incoraggiare la differenziazione dei mercati di sbocco.
 2) Diversificare l'offerta promozionale (in termini di iniziative programmate e piazze

FORMAZIONE E QUALIFICAZIONE DELLE IMPRESE PER UN CORRETTO APPROCCIO AI MERCATI ESTERI

PROGRAMMA

Obiettivi operativi	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Implegate					
SEMINARI DI FORMAZIONE E DI AGGIORNAMENTO Incremento della partecipazione delle imprese	Incremento % media dei partecipanti (media partecipanti T.1) / (media partecipanti T.1) / (media partecipanti T.1)	50,00%	+5 nuove aziende	35 (+44,67)	+30			ASPIN		100,00%	100,00%	
	costumer satisfaction percentuale delle risposte positive (risposte positive > o uguale al 75%)	50,00%	risposte positive > o uguale al 75%	99,10%	+21,1%				DIRETTORE	100,00%		

Obiettivo strategico	1) Incrementare e qualificare la partecipazione delle imprese agli interventi che attivano processi di internazionalizzazione: promozione internazionale (Fiere, Missioni all'estero, Incoming e progetti speciali), formazione e qualificazione, assistenza tecnica. internazionali di assorbimento strategiche) per incoraggiare la differenziazione dei mercati di sbocco.											
	PROGRAMMA	ASSISTENZA TECNICA INTERNAZIONALE										
Obiettivi operativi	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Implegate					
RISPOSTE A QUESTI Tempestività nella risposta ai quesiti	percentuale di risposte tempestive (risposte tempestive > o uguali al 78%)	100,00%	Risposte fornite in max 5 gg. Lavorativi (risposte tempestive = risposte o uguali al 78%)	80,00%	+2%	(*)	(*)	ASPIN	DIRETTORE	100,00%	100,00%	

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

<p>Obiettivo strategico</p> <p>1) Incrementare e qualificare la partecipazione delle imprese agli interventi che attivano processi di internazionalizzazione: promozione internazionale (Fiere, Missioni all'estero, Incoming e progetti speciali), formazione e qualificazione, assistenza tecnica.</p> <p>2) Diversificare l'offerta promozionale (in termini di iniziative programmate e piazze internazionali di assorbimento strategiche) per incoraggiare la differenziazione dei mercati di sbocco.</p> <p>PROGETTI SPECIALI INTERNAZIONALIZZAZIONE (INNOVAZIONE – CREDITO)</p>													
PROGRAMMA	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Risorse finanziarie			Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Implegate						
Progetto innovazione e design	n. prototipi sviluppati	50,00%	n. 2 nuovi prototipi e partecipazione alle iniziative di promozione internazionale di settore	6	+4						100,00%		
	n. di partecipazioni alle iniziative di promozione internazionale	50,00%	partecipazione alle iniziative di promozione internazionale	2		(*)	(*)	ASPIN	DIRETTORE		100,00%		
Progetto accesso al credito	n. richieste di informazioni	100,00%	5 richieste di informazione	24	+19	(*)	(*)	ASPIN	DIRETTORE		100,00%		
	n. richieste di accesso al credito			0									

(*) Contributo camerale erogato a favore di Aspin pari ad Euro 600.000,00

CREDITO

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Programma	Migliorare l'accesso al credito delle PMI; promuovere nuova imprenditorialità; promuovere l'innovazione (di prodotto e di processo) SOSTEGNO AL CREDITO E SVILUPPO DI UNA CULTURA FINANZIARIA NELLE IMPRESE QUALI LEVY STRATEGICHE PER LA COMPETITIVITA' DEL SISTEMA; CONVENZIONI CON ISTITUTI DI CREDITO											
	Indicatori obiettivi operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consumativo	Scostamento rispetto al target	Risorse finanziarie stanziate	Risorse finanziarie impiegate	Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
Favorire l'impiego delle risorse stanziate a favore dell'accesso al credito	percentuale di utilizzo del fondo di garanzia	50,00%	Utilizzo di almeno 75,00% del fondo di garanzia.	importo fondo di garanzia attuato 500.000,00 finanziamenti erogati euro 1.096.000,00 90% coperto 986.400,00 486.300,00(50,00%) 48,78%	-9,76%	(N colonne valore consuntive)	(N colonne valore consuntive)			100,00%		
	tempo medio di fido della comunicazione alla banca	50,00%	Completamento della pratica ed invio DARS documentazione all'istituto bancario entro 60 gg dalla domanda.	1.391gg/203 domande =16,7 gg	43,30			Credito	Dirigente Area amministrativo professionale	100,00%		
	N domande accolte dal Comitato tecnico/In domande regolari											
	importo finanziamenti accolti/importo finanziamenti richiesti regolari											
	N domande erogate/In domande accolte dal comitato tecnico											
	importo domande erogate/importo domande accolte dal comitato tecnico											
	201/203											
	6.418.500/6.418.500											
	50/203= 25%											
	1.496.000/6.418.500= 23%											

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Obiettivo strategico	Sviluppare l'imprenditorialità femminile nella provincia mediante la realizzazione di indagini conoscitive, convegni ed eventi artistico-culturali, pubblicazioni, organizzazione di corsi di formazione, workshop per le imprese.											
	PROGRAMMA											
Obiettivi operativi	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento o rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Impiegate					
favorire un miglior posizionamento sul mercato delle micro, piccole imprese femminili della provincia di Frosinone.	pubblicazione del Bando entro il 31/10/2011: Si/No	50,00%	Publicazione Bando per la concessione di contributi alle piccole imprese femminili della provincia di Frosinone entro il mese di ottobre 2011.	Delibera di G.C. N.101 del 30/09/11 (bando per l'assegnazione di contributi alle imprese femminili artigiane e commerciali) SI (pubblicato il 22/09/11)		20.000,00	20.000,00	Servizio Imprenditori a femminile	Dirigente area amministrativa promozionale	100,00%	100,00%	
	approvazione della graduatoria aventi diritto entro il 31/12/2011: Si/No	50,00%	approvazione della graduatoria aventi diritto entro il 31/12/2011: Si/No	SI Approvata il 22/12/11							100,00%	

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Incrementare le attività formative realizzate sul territorio nel triennio 2011-2013 rispetto al precedente periodo, mantenendo un elevato livello di gradimento da parte dei partecipanti; Aumentare l'autonomia finanziaria dell'azienda mediante la partecipazione a bandi.												
Obiettivo strategico PROGRAMMA	LE ATTIVITÀ DI FORMAZIONE (INNOVA) Formazione Professionale											
	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Risorse finanziarie Stanziata	Impiegate	Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
Corsi di Formazione presentati a valore sul FSE gestito dalla Provincia di Frosinone e dalla Regione Lazio	Numero partecipanti a corsi di formazione presentati a valore sul FSE 2011 / Numero partecipanti a corsi di formazione presentati a valore sul FSE 2010	50,00%	Numero partecipanti ai specifici corsi di formazione pari ad almeno il 5% rispetto all'anno precedente	partecip. anno 2011=176 partecip. anno 2010=385	-209	(*)	(*)	INNOVA	DIRETTORE	0,00%	0,00%	Nei corsi del 2011 la Regione Lazio non ha avallato le attività secondo le previsioni formulate o relative ai corsi svolta a Cassinetta e Pignone di M. Frosinone.
	Customer satisfaction	50,00%	Indice di customer satisfaction 2011 = alto	97,00%		(*)	(*)	INNOVA	DIRETTORE	100,00%	90,00%	
Intensificare l'attività di formazione con finanziamenti di altre fonti	Numero partecipanti a corsi di formazione anno 2011 / Numero partecipanti a corsi di formazione anno 2010	50,00%	Numero di aziende partecipanti ai specifici corsi di formazione pari ad almeno il 10% rispetto all'anno precedente	partecipanti anno 2011= 1.400 partecip. anno 2010=1.143	-256	(*)	(*)	INNOVA	DIRETTORE	0,00%	60,00%	Nei corsi del 2011 FONDIRPIRELLA non ha concluso la valutazione di tutti i progetti presentati
	Customer satisfaction	50,00%	Indice di customer satisfaction 2011 = alto	96,50%		(*)	(*)	INNOVA	DIRETTORE	100,00%	100,00%	
Ricerca e gestione delle fonti di finanziamento tramite il monitoraggio dei bandi di gara	Bandi aggiudicati (1) - (2)/(1-2)	33,33%	Incrementare del 5% il numero dei bandi aggiudicati rispetto all'anno precedente.	Bandi 2011= 9 Bandi 2010= 4 225%	+120%					300,00%		
	Bandi aggiudicati/Bandi presentati	33,33%	Incrementare al 70% il rapporto tra bandi aggiudicati rispetto a quelli presentati.	progetti presentati= 11 Progetti approvati= 9 81,8%	+11,8	(*)	(*)	INNOVA	DIRETTORE	100,00%	60,00%	Realizzato non raggiunto Percentuale di aggiudicazione prima dell'esame 3,51%

Incrementare le attività formative realizzate sul territorio nel triennio 2011-2013 rispetto al precedente periodo, mantenendo un elevato livello di gradimento da parte dei partecipanti; Aumentare l'autonomia finanziaria dell'azienda speciale mediante la partecipazione a bandi.											
Obiettivo strategico	PROGRAMMA	Indicatori obiettivi operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Risorse finanziarie	Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
Obiettivi operativi							Stanziate	Impiegate			
Corsi di Aggiornamento e qualifica nel settore alimentare	Intensificare l'attività di formazione e qualifica nel settore alimentare	Numero partecipanti a corsi di formazione e qualifica nel settore alimentare 2011 / Numero partecipanti a corsi di formazione e qualifica nel settore alimentare 2010	50,00%	Numero partecipanti ai specifici corsi di formazione pari ad almeno il 10% rispetto all'anno precedente	28,31%	+18,31	(*)	(*)	INNOVA DIRETTORE	100,00%	100,00%
		Customer Satisfaction	50,00%	Indice di customer satisfaction 2011 = alto	93,85%						100,00%
Corsi nel Settore Artigianato	Intensificare l'attività di formazione nel settore Artigianato	Numero partecipanti a corsi di formazione in materia di artigianato 2011 (Numero partecipanti a corsi di formazione in materia di artigianato 2010)	50,00%	Numero partecipanti ai specifici corsi di formazione pari ad almeno il 40% rispetto all'anno precedente	Formati 2011 = 35 Formati 2010 = 34		(*)	(*)	INNOVA DIRETTORE	60,00%	
		Customer Satisfaction	50,00%	Indice di customer satisfaction 2011 = alto	95,85						100,00%
Seminari informativi su tematiche di interesse di più settori	Intensificare l'attività di formazione su tematiche di interesse di più settori	Numero partecipanti a seminari informativi su tematiche di interesse di più settori 2011 / Numero partecipanti a seminari informativi su tematiche di interesse di più settori 2010	95,00%	Numero partecipanti ai specifici corsi di formazione pari ad almeno il 20% rispetto all'anno precedente	2011 = 3 seminari con 150 utenti 2010 = 7 seminari con 500 professionisti		(*)	(*)	INNOVA DIRETTORE	0,00%	
		Customer Satisfaction	50,00%	Indice di customer satisfaction 2011 = alto	95,85						100,00%

Incrementare le attività formative realizzate sul territorio nel triennio 2011-2013 rispetto al precedente periodo, mantenendo un elevato livello di gradimento da parte dei partecipanti; Aumentare l'autonomia finanziaria dell'azienda speciale mediante la partecipazione a bandi. LE ATTIVITÀ DI FORMAZIONE (INNOVA) Corsi Abilitanti e Preparatori											
Obiettivo strategico	Indicatori obiettivi operativi	Peso indicativi	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Risorse finanziarie stanziare	Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
Obiettivi operativi Corsi Preparatorio all'esame In CCAA per Agente di Affari in Mediazione Intensificare l'attività di formazione in materia di agenti di affari in mediazione	Numero partecipanti a corsi di formazione in materia di Agente di Affari in Mediazione 2011 / Numero partecipanti a corsi di formazione in materia di Agente di Affari in Mediazione 2010	50,00%	Numero partecipanti ai specifici corsi di formazione pari ad almeno il 20% rispetto all'anno precedente	Anno 2010 = 36 docenti Anno 2011 = 38 docenti Variazione = +2	-3	(*)	INNOVA	DIRETTORE	50,00%	75,00%	non interamente raggiunto in quanto i partecipanti si sono incrementati di oltre 2 unità rispetto a come atteso
	Customer Satisfaction	50,00%	Indice di customer satisfaction 2011 = alto	91,04%					100,00%		

Incrementare le attività formative realizzate sul territorio nel triennio 2011-2013 rispetto al precedente periodo, mantenendo un elevato livello di gradimento da parte dei partecipanti; Aumentare l'autonomia finanziaria dell'azienda speciale mediante la partecipazione a bandi. M ATTIVITA' DI FORMAZIONE (RINNOVA) Progetti speciali											
Obiettivo strategico PROGRAMMA	Indicatori obiettivi operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Risorse finanziarie Stanziate	Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	NOTE
Avviare l'attività di partecipazione a progetti a finanziamento diretto della Comunità Europea	Numero di bandi a cui si è partecipato / numero totale di bandi somministrati	50,00%	Partecipare ad almeno 3 bandi consuntivi	Non si sono stati bandi di interesse con l'attività di ricerca e del partecipando (che si sta cercando di costituire con altre realtà del Sistema Educativo)		(*)	RINNOVA	DIRETTORE	non valutabile	non valutabile	
	Numero di bandi aggiudicati / numero di bandi a cui si è partecipato	50,00%		Non si sono stati bandi di interesse con l'attività di ricerca e del partecipando					non valutabile	non valutabile	
Progetto di rivisitazione dell'artigianato Artistico della Provincia di Frosinone attraverso l'attività formativa	Numero partecipanti a corsi di formazione in materia di artigianato artistico 2011 / Numero partecipanti a corsi di formazione in materia di artigianato artistico 2012	50,00%	Numero partecipanti ai specifici corsi di formazione pari ad almeno il 20% rispetto all'anno precedente	Realizzato workshop partecipativo e artigianato artistico 17 artigiani del territorio italiano, 3 europei e 2 turco					non valutabile	non valutabile	Nel corso del 2011 non sono stati organizzati corsi di formazione in materia di artigianato artistico
	Customer Satisfaction	50,00%	Indice di customer satisfaction 2012 = alto	98,00%		(*)	RINNOVA	DIRETTORE	100,00%	500,00%	Non essendo valutabile il primo sub obiettivo viene attribuito l'intero peso dell'obiettivo al secondo sub obiettivo

Incrementare le attività formative realizzate sul territorio nel triennio 2011-2013 rispetto al precedente periodo, mantenendo un elevato livello di gradimento da parte dei partecipanti; Aumentare l'autonomia finanziaria dell'azienda speciale mediante la partecipazione a bandi.											
Obiettivo strategico PROGRAMMA	Indicatori obiettivi operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consumivo	Scostamento rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Impiegate				
Corsi Abilitanti alla professione di Conciliatore	Numero di abilitati alla professione di conciliatore 2011 / Numero di abilitati alla professione di conciliatore 2010	50,00%	Affnesso il 20% rispetto all'anno precedente	65% 11.407/930	+40%						
	Incrementare il numero di formati	Customer Satisfaction	50,00%	Indice di customer satisfaction 2011 = alto	alto= 71,24%		(*)	INNOVA	DIRETTORE	100,00%	
Corsi di aggiornamento per Conciliatori	Incrementare il numero di Conciliatori aggiornati	Customer Satisfaction	50,00%	Indice di customer satisfaction 2011 = alto	///		(*)	INNOVA	DIRETTORE	non valutabile	
		Numero di partecipanti corsi di aggiornamento per conciliatori 2011 / Numero di partecipanti corsi di aggiornamento per conciliatori 2010	50,00%	Affnesso il 30% rispetto all'anno precedente						non valutabile	

In base al programma, attuato ora lato privato, l'accoglienza della Camera come organismo di formazione per i conciliatori, ha permesso di incrementare il numero di abilitati da parte della società Innova. Ciò ha comportato un allungamento della durata dei corsi, attività di aggiornamento per conciliatori non è stata avviata in quanto verrà erogata nel momento in cui INNOVA sarà accreditata presso il Min. di Giustizia in ragione della richiesta presentata al Ministero stesso. Si auspica che tale accreditamento, completamento con i tempi previsti, possa avvenire nel corso del 2012. Si precisa che la procedura di accreditamento sarà avviata nel corso del 2012 per la natura giuridica dell'As. Speciale generale. Si ritiene inoltre che tale attività di aggiornamento, sarà principalmente rivolta agli iscritti dell'organismo di mediazione per il quale Innova ha formulato richiesta di territorio nell'elenco degli Organismi di Mediazione accreditati dal Min. di Giustizia. Anche per questi accreditamenti si ritiene che nel corso del 2012 potrà essere

(*) Contributo camerale erogato a favore di Innova per ad Euro 600.000,00

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Obiettivo strategico Programma	Valorizzare e promuovere in un'ottica integrata le leve attrattive del turismo provinciale con particolare riguardo al segmento del turismo culturale, consolidando e sviluppando la sinergia tra attori istituzionali e tra questi e i privati. Fiera del turismo e valorizzazione integrata del territorio. Scadenze 2011: 1) Firma dell'accordo di partenariato per il progetto Medioevo in Ciociaria. 2) Mappatura dei beni culturali legati al Medioevo, dei principali eventi a tema medievale, dei servizi al turismo e delle imprese locali che forniscono supporto a tali eventi. 3) Realizzazione edizione 2010 Buy Lazio in provincia di Frosinone. 4) Realizzazione progetto Ricette di Famiglia										NOTE
	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostament o rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	
Raggiungimento di un'intesa quadro per il coordinamento degli interventi in materia di turismo culturale, con particolare riferimento al patrimonio di beni medievali esistenti in provincia di Frosinone.	n. gg. intercorsi per la sottoscrizione dell'accordo di partenariato / 360	50,00%	Sottoscrizione dell'intesa quadro entro 360 gg dall'inizio dell'esercizio	350/360		Stanziate	Impiegate	U.F. Attività Promozionali	Dirigente Area Amministrativo - Promozionale	100,00%	L'accordo di partenariato sottoscritto il 16/12/2011 non prevedeva fasi di sviluppo ulteriori per l'anno 2011. Tutte le fasi preliminari previste per l'anno 2011 sono state comunicate regolarmente e regolarmente realizzate.
	2) Grado di attuazione dei piani e dei programmi sottoscritti con l'accordo di partenariato	50,00%	Attuazione dei piani e dei programmi previsti dall'intesa quadro	Accordo di partenariato sottoscritto il 16/12/11						Non valutabile	100,00%
Mappatura del patrimonio medievale della provincia di Frosinone e degli eventi turistici collegati entro 240 gg dall'inizio dell'esercizio	1) N. gg intercorsi per l'adempimento della mappatura dei beni e degli eventi legati al Medioevo / 240	100,00%	Mappatura del patrimonio medievale della provincia di Frosinone e degli eventi turistici collegati entro 240 gg dall'inizio dell'esercizio	152/240		68.600,00	66.800,40	U.F. Attività Promozionali	Dirigente Area Amministrativo - Promozionale	100,00%	100,00%

TURISMO E VAL. PROD. LOCALI

Obiettivi operativi	Indicatori obiettivi operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamenti o rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Impiegate					
Coinvolgere maggiormente sia le Associazioni di Categoria sia gli stessi operatori ad utilizzare lo strumento del Buy Lazio per promuovere le proprie attività e le proprie strutture.	2) partecipanti edizione 2011/ partecipanti edizione 2010	50,00%		28/15						100,00%		I costi per l'edizione 2011 del Buy Lazio ammontano a Euro 35.828,86 e sono stati disposti per Euro 24.640,00 con d.d. n. 230 del 2/9/2011, per Euro 9.488,86 con d.d. n. 254 dell'8/9/2011, e per Euro 1.700,00 con d.d. n. 388 del 29/12/2011.
	1) (totale costi 2011/ numero operatori turistici partecipanti al Buy Lazio 2011) / (totale costi 2010/ numero operatori turistici partecipanti al Buy Lazio 2010)	50,00%	Incrementare la partecipazione quantitativa e qualitativa degli operatori provinciali, aumentando l'efficienza dell'iniziativa rispetto al 2010	Costo unitario 2011 = 271,28 Costo unitario 2010 = 956,60				U.F. Attività Promozionali	Dirigente Area Amministrativa - Promozionale	100,00%		
Elaborazione di un progetto di comunicazione capace di integrare le principali linee di prodotto turistico locale (storico, artistico, culturale, religioso, naturalistico...); definizione degli ambiti di intervento; coinvolgimento degli attori locali pubblici e privati; individuazione delle locations; redazione del palinsesto e della storyboard; organizzazione dei tavoli espositivi e dei diari di viaggio/brand territoriali; supervisione e coordinamento dei lavori della troupe televisiva.	Realizzazione n. 24 brand turistici	50,00%	Tradurre la tradizione culinaria, i prodotti agroalimentari e gli itinerari turistici della provincia di Frosinone in "motivazioni di viaggio" e trasformare una quota parte delle decine di migliaia di telespettatori che abitualmente seguono il programma televisivo "Ricette di famiglia" in onda su Rete 4, in potenziali turisti/consumatori del territorio.	SI						100,00%		
	Organizzazione n. 6 tavoli tematici del comparto agroalimentare	50,00%		SI			60.000,00	60.000,00	U.F. Attività Promozionali	Dirigente Area Amministrativa Promozionale	100,00%	

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Obiettivo strategico Favorire l'innovazione delle imprese locali attraverso la valorizzazione della banca dati brevetti camerale												
PROGRAMMA	Diffusione della conoscenza delle innovazioni tecnologiche e tutela della contraffazione											
	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consumativo	Scostamento rispetto al target	Stanziate	Impiegate	Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
Diffusione delle innovazioni tra le imprese del territorio mediante la predisposizione di un'informativa trimestrale da inviare ad un crescente numero di imprese	Numero di informative inviate nel corso del 2011/4	50,00%	Numero di informative inviate nel corso del 2011 = 4	n. informative inviate=4				Servizio V - Ufficio Brevetti e Marchi	Dirigente area Anagrafica - certificativa	100,00%	100,00%	
	Numero di imprese a cui è stata inviata l'informativa / 100	50,00%	Numero di imprese a cui è stata inviata l'informativa = 100	991	+891					100,00%		
Assistenza all'utenza e tempestivo aggiornamento della banca dati brevettuale nazionale	Numero rifiuti per irregolarità / numero istanze presentate	50,00%	Esito formale positivo delle domande depositate = 100%	domande inviate 224 Domande esaminate 93 Domande registrate 91 Le 2 domande non registrate contenevano "difetti" comunicati dall'ufficio ai depositanti che hanno ritenuto di non eliminarli				Servizio V - Ufficio Brevetti e Marchi	dirigente area Anagrafica - certificativa	100,00%	100,00%	
	Indice di customer satisfaction del servizio fornito	50,00%	Indice di gradimento del servizio = buono	71%-ottimo 24%-buono 4%-sufficiente 1%-altro						100,00%		

Obiettivo strategico PROGRAMMA												
Favorire l'innovazione delle imprese locali attraverso la valorizzazione della banca dati brevetti camerale												
Sostegno di progetti di innovazione tecnologica												
Obiettivi operativi	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Impiegate					
Realizzare un Bando A.I.D.A. 2011 per incentivare l'innovazione tecnologica nelle PMI della provincia di Frosinone	pubblicazione Bando entro il 30/11/2011: SI/NO	50,00%	pubblicazione Bando entro il mese di novembre 2011.	determina n. 331 dell' 11/11/11						100,00%		
	approvazione graduatoria aventi diritto entro il 31/12/2011: SI/NO	50,00%	Esame domande e pubblicazione della graduatoria degli aventi diritto al contributo entro il mese di dicembre 2011.	determina n. 381 del 27/12/11		200.000,00	188.567,40	Servizio Studi, Statistica e Promozione	Dirigente Area amministrativa e	100,00%		

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Obiettivo strategico	Fornire al consumatore risposte rapide ed efficaci in caso di problemi nell'esecuzione dei contratti o nella gestione di rapporti tra le imprese.											
	Garantire al consumatore ed alle imprese il buon funzionamento di tutti gli Istituti dettati dalle norme a difesa dei consumatori, della regolarità e buon andamento del mercato, della regolarità dei contratti e delle corrette relazioni commerciali, nonché delle soluzioni alternative alla giustizia ordinaria per la soluzione delle liti.											
PROGRAMMA	Indicatore operativo	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Impiegate					
Organizzare il servizio in modo di accrescere le capacità di gestione delle procedure, anche in virtù della riforma che prevede la mediazione obbligatoria in un consistente numero di materie	Implementazione di una procedura informatica di gestione delle domande di adr	100,00%	attivazione della gestione informatica delle procedure finalizzata al miglioramento del servizio ed alla possibilità di conciliazioni on line.	SI				Servizio V – Ufficio arbitro e conciliazione	Dirigente area Anagrafica - certificativa	100,00%	100,00%	
Garantire l'affidabilità commerciale e la correttezza degli strumenti contrattuali utilizzati nei rapporti con i consumatori.	Numero di marchi di garanzia camerale rilasciati nel 2011/ Numero di marchi di garanzia camerale rilasciati nel 2010	100,00%	aumento del numero dei moduli contrattuali ed, in genere, dei contratti muniti del marchio di garanzia camerale che ne garantisce la regolarità rispetto al 2010, del 16% almeno	6/1 >16%				Servizio V – Ufficio regolazione del mercato	Dirigente area Anagrafica – certificativa	100,00%	100,00%	E' stata approvata una convenzione per le liti-lavanderie, che aderendo ad un capitolo specifico strutturato su di un modulo contrattuale certificato, possono ottenere il Marchio di garanzia camerale. Inoltre, si è munita del marchio di garanzia camerale anche una agenzia di servizi turistici. A fronte di 1 modulo del 2010, nel 2011 si è giunti al rilascio di 6 marchi di garanzia

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Obiettivo strategico	Intensificazione dell'attività di vigilanza, verifiche e ispezioni per aumentare le garanzie per i cittadini e i consumatori. Migliorare l'informazione al consumatore nei confronti dei prodotti acquistati (educazione al consumo). Accrescere la conoscenza delle imprese in materia di corretta etichettatura e presentazione dei prodotti realizzati, anche attraverso la messa a regime di un servizio di informazione e tutela del consumatore sugli aspetti relativi alle frodi commerciali. Aggiornare e diffondere la raccolta degli usi e delle consuetudini. Intensificare le funzioni di ente di controllo per le produzioni agroalimentari a Denominazione di Origine.										NOTE			
	PROGRAMMA	Risorse finanziarie		Scostamento rispetto al target	Valore consumativo	Target atteso	Peso indicatori	Migliorare l'informazione ai consumatori nei confronti dei prodotti acquistati (educazione al consumo).	Stanziate	Impiegate		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)
Aumentare la tutela dei consumatori in materia di vigilanza sui prodotti	N. di interventi per la pubblicazione del Vademecum etichettatura prodotti alimentari / 360	33,33%									SI			
		33,33%		100,00%										
		33,33%		100,00%										
Aumento della legalità e trasparenza degli attori coinvolti nella lotta alla contraffazione mediante l'intensificazione dell'attività di vigilanza	N. accessi web alla specifica sezione del sito camerale / 2011 / N. accessi web alla specifica sezione del sito camerale / 2010	50,00%		4600 / 3900 = 1,18	0,13 (v. nota)	Stipulare almeno 3 protocolli di intesa con altre amministrazioni in materia di lotta alla contraffazione	50,00%	n. protocolli d'intesa / 3			Metrologia Legale	Dirigente Area anagrafica certificativa	0,00%	50%
		50,00%											100,00%	
		50,00%											100,00%	
1. Incremento dell'attività ispettiva	% ispezioni (T7-1)	50,00%		193 / 165 = 1,17	1	1. Numero ispezioni 2011 > Numero di ispezioni 2010	50,00%	n. verifiche 2011 / n. verifiche 2010			Metrologia Legale	Dirigente Area anagrafica certificativa	100,00%	100%
		50,00%											100,00%	
		50,00%											100,00%	
2. Controlli presso laboratori del settore orafo nell'ambito della vigilanza sui metalli preziosi	n. controlli ispettivi presso lab. del settore orafo	50,00%		4	2. Effettuare n. 4 controlli ispettivi presso laboratori del settore orafo	50,00%	n. controlli ispettivi presso lab. del settore orafo				Metrologia Legale	Dirigente Area anagrafica certificativa	100,00%	100%
		50,00%											100,00%	
		50,00%											100,00%	

Obiettivo strategico	Intensificazione dell'attività di vigilanza, verifiche e ispezioni per aumentare le garanzie per i cittadini e i consumatori. Migliorare l'informazione al consumatore nei confronti dei prodotti acquistati (educazione al consumo). Accrescere la conoscenza delle imprese in materia di corretta etichettatura e presentazione dei prodotti realizzati, anche attraverso la messa a regime di un servizio di informazione e tutela del consumatore sugli aspetti relativi alle frodi commerciali. Aggiornare e diffondere la raccolta degli usi e delle consuetudini. Intensificare le funzioni di ente di controllo per le produzioni agroalimentari a Denominazione di Origine.										NOTE
	PROGRAMMA										
PROGRAMMA	Indicatori obiettivi operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Implegate				
Esaminare le domande di iscrizione presentate e disporre verifica ispettiva (Esame domande di iscrizione nel sistema dei controlli del DO "Fagiolo cannellino di Atina")	n. verifiche ispettive / n. domande pervenute	50,00%	N. verifiche ispettive commissionate/n° domande pervenute >= 90%	9/9= 100%				Servizio Agricoltura	Dirigente Area amministrativo promozionale	100,00%	
	Tempo medio di iscrizione	50,00%	tempo medio di iscrizione nel sistema della DO <= 90gg	441gg/n.9= 49gg						100,00%	
Miglioramento dell'attività di controllo e monitoraggio per le attestazioni inerenti i vini a denominazione di origine (DO)	n. iscrizioni o dinegghi nel sistema dei controlli / n. verifiche ispettive effettuate										
	n. pareri prelievo/n. rich. pervenute	50,00%	n° pareri al prelievo/n° rich pervenute > = 90%	73/73= 100%						100,00%	
	n. attestazioni rilasciate / n. prelievi effettuati	50,00%	tempo medio di rilascio dei pareri < 30gg	1.069gg/73= 14,64gg				Servizio Agricoltura	Dirigente Area amministrativo promozionale	100,00%	
	ha vigneti verificati / ha da verificare	50,00%	ha vigneti verificati/ ha da verificare > 90%	73/73= 100%						100,00%	
applicare disposizioni Piani di controllo	ha prodotti dalle cantine verificate / n. da verificare	50,00%	ha vigneti verificati/ ha da verificare > 90%	139.879/102.961= 136%						100,00%	Il Ministero fa una prescrizione sul minimo degli ettari da verificare.
	ha prodotti dalle cantine verificate / n. da verificare	50,00%	ha prodotti dalle cantine verificate/n. da verificare > 90%	184.387/170.865= 107,92%				Servizio Agricoltura	Dirigente Area amministrativo promozionale	100,00%	

PROGRAMMA	Obiettivi operativi	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consumtivo	Scostamento rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
							Stanziate	Implegate				
<p>Intensificazione dell'attività di vigilanza, verifiche e ispezioni per aumentare le garanzie per i cittadini e i consumatori. Migliorare l'informazione al consumatore nei confronti dei prodotti acquistati (educazione al consumo). Accrescere la conoscenza delle imprese in materia di corretta etichettatura e presentazione dei prodotti realizzati, anche attraverso la messa a regime di un servizio di informazione e tutela del consumatore sugli aspetti relativi alle frodi commerciali. Aggiornare e diffondere la raccolta degli usi e delle consuetudini. Intensificare le funzioni di ente di controllo per le produzioni agroalimentari a Denominazione di Origine.</p> <p>Promozione dei servizi di regolazione</p>												
Codificare le norme consuetudinarie e divulgarle quanto più possibile al fine di assicurare una maggiore certezza e regolamentazione dei rapporti economici.	In base necessari alla presentazione ufficiale del documento / 360.	50,00%	presentazione e divulgazione della Raccolta degli usi e consuetudini della provincia di Frosinone (regolame 2010 entro 360 gg fine dicembre) dall'inizio dell'incarico.	SI 354/360					Servizio AIB Ruoli Ingegneri Commercio Estero Mediterraneo	Direzione Area Agraria Certificativa	100,00%	
Numero di accessi alle Raccolte pubblicate sul sito della Camera							210					

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Obiettivo strategico	SERVIZI AMMINISTRATIVI ALLE IMPRESE R.L.											
	1) Miglioramento della qualità dell'archivio, pulito delle posizioni non più compatibili con la permanenza dell'iscrizione 2) Miglioramento del controllo e dei tempi delle procedure interne anche in riferimento dell'attuazione della riforma del susap											
PROGRAMMA	Risorse finanziarie		Scostamenti o rispetto al target	Valore consuntivo	Target atteso	Peso indicatori	Indicatori operativi	Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	NOTE	
Obiettivi operativi	Stanziate	Impiegate										
rilevare la presenza di fattori sintomatici delle condizioni per l'avvio del procedimento di cancellazione delle imprese soggette e definizione del nucleo di imprese oggetto della "pulizia" dell'archivio				1.000/1.000= 100% Al 30/09/011	elaborazione del 100% delle posizioni rilevate per concomitanza dei fattori sintomatici entro il mese di settembre 2011	100,00%	n.r. posizioni elaborate / totale rilevate potenziali	REGISTRO DELLE IMPRESE	DIRIGENTE AREA ANAGRAFICO CERTIFICATIV A	100,00%		
esecuzione della fase di avvio del procedimento di cancellazione d'ufficio attraverso le notifiche alle parti coinvolte			+3%	122/532= 23% Al 31/12/11	1) formalizzazione dell'avvio del procedimento: avvio del procedimento del 20% delle imprese soggette (rilevate al 30.09.2011) entro il 31.12.2011 -	50,00%		REGISTRO DELLE IMPRESE	DIRIGENTE AREA ANAGRAFICO CERTIFICATIV A	100,00%	100,00%	
				100,00%	2) pubblicazione elenchi sull'albo camerale	50,00%	pubblicazioni / totale imprese soggette				100,00%	

Obiettivo strategico	1) Miglioramento della qualità dell'archivio, punito delle posizioni non più compatibili con la permanenza dell'iscrizione 2) Miglioramento del controllo e dei tempi delle procedure interne anche in riferimento dell'attuazione della riforma del suap											
	SERVIZI AMMINISTRATIVI ALLE IMPRESE R.L.											
PROGRAMMA	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamenti o rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento o (tra 0% e 100%)	NOTE
Obiettivi operativi						Stanziate	Impiegate					
istituire nuove procedure di semplificazione, di efficienza e di efficacia	tempo di evasione (t) / tempo di evasione (t-1)	100,00%	miglioramento di efficacia dei servizi rispetto al 2010 incidendo sulla riduzione dei tempi di evasione miglioramento tempi medi di evasione delle pratiche rispetto al 2010 (-10%)	13.888 / 25.868 = 0,54				REGISTRO DELLE IMPRESE	DIRIGENTE AREA ANAGRAFICO CERTIFICATIVA	100,00%	100,00%	
	Tasso di evasione delle pratiche entro 5 gg. (algoritmo: T / T-1)			Tasso di evasione entro 5 gg. (anno T/anno T-1= + 10%) AL 31/12/11 54,8%(2011)/ 44,0%(2010)								

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Obiettivo strategico 1) miglioramento della qualità dell'archivio, pulito delle posizioni non più compatibili con la permanenza dell'iscrizione 2) miglioramento dell'efficacia di accertamento delle situazioni di illegalità per omessa iscrizione all'albo artigiani e relativi ruoli ivs												
POGRAMMA SERVIZI AMMINISTRATIVI ALLE IMPRESE – A.A.												
Obiettivi operativi	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Impiegate					
far emergere le situazioni di illegalità relative alle omissioni di denunce da parte delle imprese artigiane mediante il miglioramento delle condizioni alla base della tutela e regolazione di mercato - diminuzione delle condizioni di concorrenza sleale	procedure avviate /posizioni rilevate (avvio 100% procedure del totale posizioni rilevate)	100,00%	attivazione di n. 50 procedimenti di accertamento	Esaminate e gestite tutte le pratiche giacenti in archivio (79) Accertate 79 proced. avviate/avviate 50 Archivate 29				ALBO ARTIGIANI	SECRETARIO COMMISSIONE PROVINCIALE PER L'ARTIGIANA TO	100,00%	100,00%	

Obiettivo strategico	SERVIZI AMMINISTRATIVI ALLE IMPRESE – A.A.											
	POGRAMMA	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Risorse finanziarie	Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
							Stanziate	Impiegate				
1) miglioramento della qualità dell'archivio, pulito delle posizioni non più compatibili con la permanenza dell'iscrizione 2) miglioramento dell'efficacia di accertamento delle situazioni di illegalità per omessa iscrizione all'albo artigiani e relativi ruoli												
rilevare la presenza di fattori sintomatici delle condizioni per l'avvio del procedimento di cancellazione delle imprese soggette e definizione del nucleo di imprese oggetto della "pulizia" dell'archivio	nr. posizioni elaborate / totale rilevate potenziali	100,00%	elaborazione del 100% delle posizioni rilevate per concomitanza dei fattori sintomatici entro il mese di settembre 2011	126/126=100% Al 30/09/11				ALBO ARTIGIANI	SEGRETARIO COMMISSIONE PROVINCIALE PER L'ARTIGIANA TO	100,00%	100,00%	
esecuzione della fase di avvio del procedimento di cancellazione d'ufficio attraverso le notifiche alle parti coinvolte	NUMERO DI AVVIE ESEGUITE / TOTALE IMPRESE SOGGETTE	50,00%	1) formalizzazione dell'avvio del procedimento: avvio del 20% delle imprese soggette (rilevate al 30.09.2011) entro il 31.12.2011.	107/107= 100% (del 20%)				ALBO ARTIGIANI	SEGRETARIO COMMISSIONE PROVINCIALE PER L'ARTIGIANA TO	100,00%	100,00%	
	pubblicazioni / totale imprese soggette	50,00%	1) Pubblicazione elenchi sull'albo camerale	SI						100,00%		

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Obiettivo strategico PROGRAMMA												
Favorire il reinserimento nel circuito economico di imprese che hanno avuto problemi temporanei di liquidità e di gestione, e che poi hanno provveduto a regolarizzare le posizioni debitorie.												
Efficienza amministrativa. Servizi amministrativi alle imprese.												
Obiettivi operativi	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento o rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Impiegate					
Contenimento dei tempi medi di cancellazione dei protesti rispetto ai 2010 (5,86 gg.)	somma giorni intercorsi tra ricezione richieste cancellazione e cancellazione dal registro informatico dei protesti / n. richieste accolte	100,00%	Riduzione dei tempi medi di cancellazione dei protesti 2011 rispetto al 2010 (5,86 gg.)	4.557/785= 5,80				U.F. Protesti	Dirigente Area amministrativa - promozione	100,00%	100,00%	
			tempi medi di cancellazione dei protesti 2011 / tempi medi di cancellazione dei protesti 2010	5,80/5,86								

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Per le imprese che operano con l'estero controllo della veridicità delle dichiarazioni sostitutive in ordine all'origine dei prodotti esportati contenute nelle domande di certificazione di origine											
SERVIZI AMMINISTRATIVI ALLE IMPRESE											
Obiettivo strategico	PROGRAMMA										
Obiettivi operativi	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento o rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Impiegate				
Adozione di un provvedimento dirigenziale che istituisce il controllo a campione e che detta le norme per la sua attuazione. Realizzazione controlli a campione pari al 5% delle dichiarazioni sostitutive di atto di notorietà, concernenti l'origine dei prodotti esportati, contenute nelle domande di certificati d'origine.	n. controlli a campione effettuati 2011/n. Controlli a campione effettuati 2010	50,00%	Introduzione dei controlli a campione rispetto all'esercizio 2010	73/0 Controlli a campione nel 2011 = 73				Servizio Albi Ruoli Registri Commercio Estero Macinazione	Dirigente Area anagrafico certificativa	100,00%	
	n. controlli a campione effettuati 2011/n. di certificati di origine rilasciati			73/1.452 = 0,05 5%							
	adozione provvedimento dirigenziale si/no	50,00%		SI						100,00%	

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Obiettivo strategico PROGRAMMA	Dematerializzazione degli atti e informatizzazione dei documenti cartacei di archivio per la loro migliore conservazione, salvaguardia, valorizzazione e fruizione											
	DEMATERIALIZZAZIONE											
Obiettivi operativi	Indicatori obiettivi operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamenti o rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Impiegate					
Sostituzione del sistema gestionale riguardante delibere e determine con l'introduzione di un nuovo applicativo predisposto per la produzione di documenti in formato digitale	N. gg per sostituzione nuovo sistema gestionale interno / 360	100,00%	Introduzione, entro 360 gg, previa formazione del personale, di un nuovo sistema predisposto anche per la gestione di delibere e determine in formato digitale.	SI (introdotta nuovo sistema previa formazione del personale) 330/360				Segreteria generale	Segretario generale	100,00%	100,00%	

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Miglioramento performance dell'Ente												
PROGRAMMA	CICLO DELLA PERFORMANCE	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamenti o rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Impiegate					
1) predisposizione delle schede di report e condivisione delle stesse con gli uffici responsabili della raccolta dati; 2) definizione di una procedura operativa relativa al controllo di gestione	schede di report definite nei termini (s/no)	50,00%	1) definizione schede di report entro il primo quadrimestre del 2011; SI							100,00%		
	procedura definita nei termini (s/no)	50,00%	2) definizione di una procedura per il controllo di gestione entro il secondo semestre del 2011 SI				Controllo di gestione	Segretario generale		100,00%	100,00%	
assicurare il tempestivo aggiornamento dei dati sulla base delle scadenze normative e/o previste dalla procedura interna	aggiornamento del P.P. entro novembre 2011: SI / No	50,00%	minimizzazione dei ritardi nell'aggiornamento dei dati: aggiornamento del Piano della performance entro novembre 2011. SI							100,00%		
	adozione sistema gestione informatizzata C. P. entro il 31/12/2011: SI / No	50,00%	Adozione di un applicativo di sistema per la gestione informatizzata del Ciclo della Performance. SI				Controllo di gestione	Segretario generale		100,00%	100,00%	

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Obiettivo strategico PROGRAMMA	Attuazione Programma Triennale per la Trasparenza e l'Integrità PROGRAMMA TRIENNALE DELLA TRASPARENZA E DELL'INTEGRITA'											
	Indicatori obiettivi operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamenti o rispetto al target	Risorse finanziarie Stanziate	Risorse finanziarie Impiegate	Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
Previdere adeguatamente le attività legate alla Trasparenza	Effettiva individuazione del Responsabile (ON/OFF)	100,00%	Individuazione del Responsabile entro 30 gg. dall'adozione del Piano	ON				Segretario Generale	Segretario Generale	100,00%	100,00%	Nel corso dell'anno, a seguito delle variazioni organizzative della Direzione, sono intervenute variazioni nel soggetto responsabile dell'attuazione del Piano
Realizzazione di un processo di gestione del lavoro legato al Programma di Trasparenza	Effettiva realizzazione dell'attività scadenziaria (ON/OFF)	100,00%	Definizione di una scadenza scadenziaria di azioni in funzione del programma	ON				Responsabile del Programma trasparenza	Segretario Generale	100,00%	100,00%	Scadenziario concordato e definito entro il 31/12/2011, poi diffuso ai responsabili di struttura l'11/01/2012.
Formalizzazione di un'agenda di incontri; organizzazione degli incontri; misurazione del livello di efficacia e gradimento delle giornate	Effettiva realizzazione dell'attività (ON/OFF)	50,00%	1) Realizzazione di un incontro a semestre	0	-1			Responsabile del Programma trasparenza	Segretario Generale	0,00%		Stampa il Report delle principali attività dell'Ente realizzate dell'anno 2011
Effettiva realizzazione dell'attività (ON/OFF)	50,00%	2) Realizzazione della giornata formativa al personale camerale		1				Responsabile del Programma trasparenza	Segretario Generale	100,00%	50,00%	Realizzata attività di formazione sulla "Trasparenza nell'ambito di un corso su "Ciclo della Performance" al personale di cat. D
Adeguamento della struttura e dei contenuti della sezione Trasparenza Valutazione e merito alle specifiche normative	Effettiva pubblicazione/aggiornamento (ON/OFF)	100,00%	Primo collocamento del sito entro 3 mesi dall'approvazione del Programma Aggiornamenti semestrali					Responsabile del Programma trasparenza	Segretario Generale	50,00%	50,00%	Nei tre mesi dall'approvazione del programma alcuni dei rubriche incaricati sezione sono la sostituzione di cui alle linee guida della delibera n. 105/2010 della Cmt. Successivamente con la riorganizzazione della struttura dell'Ente e la nuova assegnazione, la sezione del sito sulla Trasparenza è stata interamente rivista e impostata con l'architettura suggerita dalla Commissione, utilizzando la suddivisione in macroaree, voci e sottovoci. L'aggiornamento dei dati non è avvenuto con cadenza semestrale ma in modo continuo e alcune sezioni del sito risultano in fase di integrazione.
Livello di attuazione del Programma (2011)											come sopra	
Livello di pagamento (giornata tempo) 2,75%											Aggi non rilevabile	

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Obiettivo strategico	Al fine di rendere più efficiente la gestione del procedimento sanzionatorio ex L.689/91 e migliorare i pagamenti delle sanzioni amministrative, verrà attivata una specifica verifica di eventuali fatti estintivi delle obbligazioni e controlli sull'andamento dei verbali di accertamento di violazione amministrativa											
	PROGRAMMA	Al fine di rendere più efficiente la gestione del procedimento sanzionatorio ex L.689/91, si ritiene di operare una verifica sullo stato dei pagamenti dei verbali di accertamento di violazione amministrativa, trasmessi dal Registro delle Imprese. Ciò in quanto gli eventuali pagamenti liberatori non comunicati determinano la nullità dell'Ordinanza-ingiunzione di pagamento, la conseguente inesigibilità delle somme ingiunte e, quindi, la commisurata perdita di risorse economiche (spese di notifica, giornate/uomo, cancelleria, conguaglio, ecc.)										
Obiettivi operativi	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento o rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Impiegate					
Eliminazione di lacune documentali ad evitare una doppia imposizione	n. delle ordinanze annullate per via di pagamenti liberatori non comunicati / ordinanze emesse	100,00%	Azzerramento delle ordinanze emesse ed annullate per via di pagamenti liberatori non comunicati	6.329 = 1% nel 2011 54418 = 13% nel 2010 (come 8 ordinanze annullate, 2 pacchi / bollette di cui non sono stati trasmessi i dati al portale, 3 pacchi decorsi del libretto, 1 per mancata notifica del verbale, molti non impegnabili all'attività dell'Ufficio)	1,00%			Servizio V - Ufficio sanzioni amministrative	Dirigente area amministrativa e promozionale	100,00%	100,00%	
Obiettivo strategico	Al fine di rendere più efficiente la gestione del procedimento sanzionatorio ex L.689/91 e migliorare i pagamenti delle sanzioni amministrative, verrà attivata una specifica verifica di eventuali fatti estintivi delle obbligazioni e controlli sull'andamento dei verbali di accertamento di violazione amministrativa											
PROGRAMMA	Analizzando i report protetti da Equitalia, si agirà sulle posizioni per le quali è stata rilevata una qualsiasi causa che renda inesigibile il credito. Si ritiene che nel 40% dei casi si potrà agire per la riscossione e/o per evitare la prescrizione del credito, ovvero per evitare ulteriori costi di gestione di recuperi che siano diventati definitivamente inesigibili per cause esterne all'attività dell'Ente											
Obiettivi operativi	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento o rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Impiegate					
1) Utilizzare i sistemi informativi nel controllo documentale 2) Operare eventuali correzioni negli elementi identificativi dei debitori	Numero di giorni per l'utilizzazione di Rendweb / 60 L'Ufficio utilizza il sistema Rendweb per la verifica dei ruoli progressivi	100,00%	Tempestività e semplificazione delle attività di verifica dello stato dei ruoli e riduzione dei costi	Il servizio è stato attivato nei primi giorni del mese di gennaio 10/60 Non sono intervenute correzioni negli elementi identificativi dei debitori				Ufficio sanzioni amministrative	Dirigente area Anagrafica - certificativa	100,00%	100,00%	

Obiettivo strategico	Al fine di rendere più efficiente la gestione del procedimento sanzionatorio ex L.689/81 e migliorare i pagamenti delle sanzioni amministrative, verrà attivata una specifica verifica di eventuali fatti estintivi delle obbligazioni e controlli sull'andamento dei pagamenti liberatori dei verbali di accertamento di violazione amministrativa											
	PROGRAMMA	Attivare la procedura informatica "Prema on line" e comunicare alle imprese le nuove modalità operative per le manifestazioni a premio. Affiancarle nell'utilizzo del sistema "Prema on line" che andrà in vigore dal 25 gennaio 2011. Tale procedura agevola l'invio della documentazione necessaria all'effettuazione di una manifestazione a premio. Curare l'attività istruttoria inerente le operazioni di assegnazione e chiusura di tutte le manifestazioni a premio e permettere l'eventuale integrazione in tempi utili.										
Obiettivi operativi	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamenti o rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Impiegate					
Applicare i sistemi informatici alla produzione ed al controllo documentale	88 per la richiesta di attivazione del dispositivo di firma informatica s 30	100,00%	Tempestività e semplificazione delle attività: richiesta di attivazione del servizio entro 30 gg.	L'attivazione della firma digitale per l'utilizzo della procedura "Prema on line" è avvenuta in 20gg				Servizio V - Ufficio sanzioni amministrative	Dirigente Area Anagrafica certificativa	100,00%	100,00%	
Convocare/sentire l'organo accertatore in sede di audizione	Totale ordinanze di ingiunzione e di archiviazione emesse / totale verbali elevati nel biennio antecedente	50,00%	1) Emissione delle ordinanze di ingiunzione e di archiviazione per i verbali elevati nel biennio antecedente.	321/407 = 78% (tutti i verbali relativi al 2009 e al 2010 sono stati istruiti: per il 78% di essi sono state emesse ordinanze, per il 22% è stato riscontrato il pagamento liberatorio a seguito della verifica effettuata dall'Ufficio Sanzioni Amm.ve mediante il controllo dei bollettini di c/r/p. La percentuale dei verbali istruiti è 100%				Servizio V - Ufficio sanzioni amministrative	Dirigente Area Anagrafica certificativa	100,00%	100,00%	
		50,00%	2) Ottenere una più approfondita istruttoria per una migliore motivazione delle ordinanze da emettere, nonché fornire ai Verbalizzanti strumenti conoscitivi ulteriori.	Oltre ai contatti per le vie brevi, l'Ufficio ha formalmente coinvolto gli Organi accertatori in 12 casi nei quali si è mostrata la necessità di integrare le notizie istruttorie in atti.						100,00%		

3- TRASPARENZA ED ECONOMICITA'

Obiettivi operativi	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamenti o rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Impiegate					
1) Evitare l'appello delle sentenze sfavorevoli all'Ente su motivi che risultino fondati.				in primo grado: Anno 2011 14/19=73% (14cost.Sautoutele)								L'Ufficio ha valutato in maniera più approfondita i ricorsi (anche presso altre Camere di Commercio), per evitare contenziosi sfavorevoli all'Ente, con ulteriore aggravio di spese. Dove siano emersi elementi nuovi, tali da far prevedere un esito sfavorevole per la Camera, si è agito in autotutela, richiedendo, a seconda dei casi, un ordine di sgravio, ovvero che si riconoscesse la cessata materia del contendere, o anche decidendo di non costituire l'Ente, in quanto il giudizio viene esclusivamente sulla legittimità di azioni proprie di Equitalia o altri Enti. Grazie a tale attività, nel 2011 è stata registrata una riduzione del contenzioso che in secondo grado, tenendo conto delle controdeduzioni e degli appelli presentati dall'Ente camerale, nonché degli annullamenti delle posizioni per le quali è stato disposto di non procedere.
				Anno 2010 13/15 =87% (13cost.Zautoutele)								
2) Creare una casistica di riferimento nella redazione delle ordinanze e delle controdeduzioni.	in costituzioni in giudizio / n.ricorsi	100,00%	Riduzione del contenzioso	Relativamente al secondo punto, alla luce della documentazione relativa agli scritti difensivi ed ai ricorsi, e sulla base dell'analisi dei motivi di annullamento dei verbali e delle ordinanze, sono state segnalate ai verbalizzanti le correzioni da apportare, onde non influire gli accertamenti. Lo stesso è stato fatto nella documentazione prodotta dall'ufficio e, soprattutto, nella decisione circa la costituzione o meno in giudizio dell'Ente.								
Tempo medio di emissione di una ordinanza di ingiunzione o di archiviazione											8 mesi	

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

PROGRAMMA	Obiettivo strategico		1) Sviluppare competenze manageriali ed organizzative; 2) Favorire relazioni positive e la collaborazione all'interno dell'Ente.									
	Indicatore operativo	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Sostamento rispetto al target	Risorsa finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo (tra 0% e 100%)	NOTE
Obiettivi operativi						Stanziate	Implegate					
Pianificare e realizzare, in accordo con i responsabili dei servizi, un programma della formazione in grado di soddisfare le esigenze tecnico-professionali, manageriali ed organizzative per l'anno 2011.	Numero totale giornate di formazione su competenze manageriali, trasversali e tecnico-professionali / numero dipendenti	50,00%	Numero di giornate di formazione su competenze manageriali, trasversali e tecnico-professionali per dipendente = 1	Giornate di formazione effettivamente realizzate entro l'anno 38 38/52 = 0,73						73,00%		Nonostante le limitazioni intervenute per legge nelle disponibilità economiche destinate alla formazione/ addestramento l'Ente ha assicurato scarsi di addestramento per 25 dipendenti, in funzione di nuovi strumenti di lavoro/nuove competenze, oltre ad un programma di formazione trasversale per tutto il personale avviato nel mese di novembre 2011.
	Numero dipendenti partecipanti a corsi / numero totale dipendenti	50,00%	Numero dipendenti partecipanti e corsi di formazione/addestramento su competenze tecnico-professionali nell'Ente = 25%	Numero di dipendenti partecipanti a corsi 25/52 = 0,4808 = 48%					Dirigente area Amministrativa certificativa		86,50%	

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

MIGLIORARE LA GESTIONE DEI PAGAMENTI												
PROGRAMMA	GESTIONE DEI PAGAMENTI											
	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Stanziate	Impiegate	Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
definite e collaudare la strumentazione necessaria al monitoraggio della gestione dei pagamenti	n. gg per l'attivazione dello strumento di monitoraggio / 90 gg.	100,00%	strumentazione per il monitoraggio dei tempi di pagamento funzionante entro 90gg dall'inizio attivita'	10gg/90gg				RAGIONERIA	Dirigente Area amministrativo promozionale	100,00%	100,00%	
miglioramento dei tempi di pagamento	tempo medio di pagamento considerato la causa di autorizzazione riportata sugli atti di liquidazione (a cura del Dirigente)	100,00%	riduzione del 5% dei tempi di pagamento (dipendenti dall'ufficio ragioneria) rispetto al 2010)	Il tempo medio di pagamento è passato da una media di 33,75gg a una media di 11,56gg				RAGIONERIA	Dirigente Area amministrativo promozionale	100,00%	100,00%	
	n. di pagamenti oltre i 30 gg/rot pagamenti			35/625								
	n. pagamenti oltre i 30gg nel 2011/n. di pagamenti oltre 30gg nel 2010			35/208								

MIGLIORARE LA GESTIONE DEI PAGAMENTI												
GESTIONE DEL SISTEMA DEI DATI CONTABILI												
Obiettivo strategico PROGRAMMA	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Impiegate					
disporre di dati contabili sulle entrate aggiornati (Regolarizzazione a scadenza mensile degli incassi per diritto annuale riversati sul conto corrente bancario della Agenzia delle Entrate e da Equitalia)	n. gg. impiegati per aggiornamento/30gg	100,00%	dati sugli incassi aggiornati entro 30gg	21/30 (mese di aprile 53 g. causa mancanza personale addetto)				RAGIONERIA	Dirigente Area amministrativo promozionale	100,00%	100,00%	Infocamere sul programma Diana) Dichiarazioni non mette a disposizione il dettaglio dei singoli importi. Pertanto l'ufficio Ragioneria collabora con l'ufficio Diritto Annuale, che utilizza il sistema RenditeWeb di Equitalia Servizi. L'aggiornamento delle bollette da parte degli Agenti di Riscossione sul sistema RenditeWeb non è tempestivo. Pertanto, l'ufficio Ragioneria ha provveduto a regolarizzare con l'emissione delle relative reversali gli importi relativi alle riscossioni dei ruoli in genere entro 30 giorni, ma anche con un massimo di 53 giorni nel mese di aprile. Il mancato allineamento entro trenta giorni, nel mese di aprile, degli importi incassati per diritto annuale tra conto corrente bancario e la contabilità dell'Ente è pertanto dovuto alla situazione contingente di assenza della responsabile del Servizio Risorse Finanziarie (dal 26 aprile al 26 giugno), che si è sovrapposta alla assenza dal lavoro della responsabile U.F. per maternità (da marzo a ottobre).

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Obiettivo strategico PROGRAMMA	MIGLIORE GESTIONE DEL CREDITO PER DIRITTO ANNUALE ECONOMICITA' DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA											
	Indicatori obiettivi operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento o rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Impiegate					
aggiornare con cadenza mensile gli importi risultanti dal c/c bancario e riversati dagli agenti della riscossione	totale giorni registrazione in contabilità /60 gg.	100,00%	riallineamento entrate per diritto annuale c/c bancario entro 60gg	21/60				UFFICIO DIRITTO ANNUALE	Dirigente Area amministrativo promozionale	100,00%	100,00%	
miglioramento dell'attendibilità del credito risultante dall'ultimo anno iscritto a ruolo	(importo tot annullamenti anno T)/(importo tot annullamenti anno T-1)/(importo totale ruolo anno T-1)	100,00%	diminuzione dei provvedimenti di annullamento sull'ultimo anno iscritto a ruolo	2011 88.089,40/16.910.702,27= 0,52%				UFFICIO DIRITTO ANNUALE	Dirigente Area amministrativo promozionale	100,00%	100,00%	
				2010 64.794,26/14.047.493,91= 0,46%								

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

MIGLIORARE LA GESTIONE DEL DIRITTO ANNUALE AL FINE DI INCREMENTARE IL TASSO DI RISCOSSIONE E RIDURRE I COSTI DELLA GESTIONE COATTIVA DEL CREDITO, ANCHE ATTRAVERSO UN PIU' ATTENTO MONITORAGGIO DELLA RISCOSSIONE E DEGLI AGGIORNAMENTI CONTABILI													
ECONOMICITA' DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA													
Obiettivo strategico	PROGRAMMA	Indicatori obiettivi operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consumivo	Scostamenti rispetto al target	Risorsa finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
							Stanziate	Impegnate					
migliorare la riscossione del diritto annuale di competenza		incasso del diritto annuale di competenza 2011/Incasso del diritto annuale (2010)		Incremento incassi individuali risultanti dai versamenti dell'agenzia civile entrate rispetto all'anno precedente	4.872.407,02 / 4.503.140,87 = 0,99				UFFICIO DIRITTO ANNUALE	Diligente Area amministrativa o promozionale	100,00%	100,00%	Molto incassi con F24
		incasso totale del DA risultante dai versamenti dell'Agenzia delle Entrate (2011)/incasso totale del DA risultante nel 2010	100,00%		5.217.269,66/5.188.806,78= 1,01								
migliorare la riscossione del diritto annuale degli anni pregressi non ancora iscritti a ruolo e definizione dei crediti per diritto annuale erroneamente versato su altre camere di commercio		grasso di riscossione 2011/credito di riscossione 2010		Incremento della percentuale di incasso del diritto annuale 2010	Importi incassati nel 2011 di competenza anno 2010/crediti dell'anno 2010/totale importi incassati con F24 nel 2011 270.004.777/5.217.269,66= 0,051								
		relative al credito da D.A., cioè il D.A. riferito agli anni precedenti il 2011	100,00%		Importi incassati nel 2011 di competenza anno 2009/crediti dell'anno 2009/totale importi incassati con F24 nel 2010 224.014.16/5.188.806,78= 0,043								

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Obiettivo strategico	PROGRAMMA										
	Costituire e implementare un'anagrafica dei soggetti che hanno richiesto nel biennio precedente 2009-2010 elaborazioni statistiche particolari e settoriali, per fidelizzare e mantenere costante nel tempo il flusso di comunicazione sulle principali ricerche economiche condotte dall'Ente. Inserire nell'anagrafica i principali soggetti portatori di interesse a livello provinciale (Istituzioni locali, Associazioni di categoria, Scuole e Università)										
Obiettivi operativi	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamenti o rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Impiegate				
Realizzare una anagrafica dei soggetti richiedenti e attivare con loro un flusso costante di informazioni sulle principali ricerche economiche condotte dall'Ente	n. gg intercorsi tra il completamento dell'anagrafica dei destinatari dell'informazione economica-statistica/180	50,00%	1. predisporre l'anagrafica dei destinatari dell'informazione economico-statistica entro 180 gg dall'inizio dell'esercizio	180/180 (1.939 nominativi)				U.F. - Studi e Statistica	Dirigente Area amministrativa - promozione	100,00%	
	n. elaborazioni statistiche a soggetti terzi nel 2011/n. elaborazioni statistiche fornite a soggetti terzi nel 2010	50,00%	3. Incrementare il numero di elaborazioni statistiche 2011 rispetto al 2010	47/59							50,00%

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Obiettivo strategico	PROGRAMMA comunicazione istituzionale											
	Indicatori operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento o rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento (tra 0% e 100%)	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
Obiettivi operativi						Stanziate	Impiegate					
Maggiore diffusione delle informazioni sulle iniziative ed i servizi dell'Ente	n.contatti portale web 2011/n.contatti portale 2010	100,00%	Aumento degli accessi al portale web della CCI/AA del 39% nel 2011 rispetto all'anno precedente	156.149/96.879	+61%			URP	Segretario Generale	100,00%	100,00%	
Incrementare il numero di imprese presenti nel database	n. nuove imprese inserite nel database CRM/100	100,00%	Almeno 100 nuove imprese	440/100				URP	Segretario generale	100,00%	100,00%	

TABELLE OBIETTIVI OPERATIVI

Obiettivo strategico	Valorizzazione del patrimonio immobiliare dell'Ente camerale attraverso la creazione, presso la storica ristrutturata, delle condizioni necessarie per ospitare presso la sala convegni dell'Ente eventi tematici sull'economia										
	PALAZZO DELL'ECONOMIA										
PROGRAMMA	Indicatori obiettivi operativi	Peso indicatori	Target atteso	Valore consuntivo	Scostamento rispetto al target	Risorse finanziarie		Strutture responsabili	Soggetti responsabili	Grado di raggiungimento complessivo obiettivo (tra 0% e 100%)	NOTE
						Stanziate	Impiegate				
Realizzazione evento speciale di inaugurazione.	n. gg. per realizzazione evento/360	50,00%	Realizzazione evento speciale di inaugurazione entro 360gg. (entro il 31 dicembre) dall'inizio dell'esercizio	v. note				Provveditorato	Dirigente Area amministrativo promozionale	non valutabile	Con deliberazione n. 49 del 17.05.2011, la Giunta ha autorizzato l'esecuzione delle opere integrative relative alla ristrutturazione della sede di Via De Gasperi.
	costi sostenuti/costi previsti	50,00%	Respetto del budget								Con la determinazione dirigenziale n. 181 del 14.06.2011, è stato disposto l'avvio di n. 4 specifiche e distinte gare informali. Infine l'Ufficio Provveditorato, con determina n. 333 del 11/11/2011, ha provveduto all'allestimento della linea di trasmissione dati, presso la sede storica, con affidamento ad Infocamere Scpa, per la connessione alla rete nazionale.
Realizzazione progetto allestimento nuova sede.	n. gg. per realizzazione investimenti/360	50,00%	Completamento degli allestimenti entro 360gg. (31 dicembre) dall'inizio dell'esercizio	v. note				Provveditorato	Dirigente Area amministrativo promozionale	non valutabile	
	costi sostenuti/costi previsti	50,00%	Respetto del budget								

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dr. Fabrizio SISTI)

IL PRESIDENTE
(Marcello Vigliani)