

# **Schede di programmazione strategica ed operativa**

A	COMPETITIVITA' DEL SISTEMA ECONOMICO PRODUTTIVO LOCALE.....	4
A.1	INTERNAZIONALIZZAZIONE .....	5
A.2	SOSTEGNO AL CREDITO E SVILUPPO IMPRENDITORIALE .....	10
A.3	FORMAZIONE .....	14
A.4	TURISMO E VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI LOCALI.....	20
A.5	INNOVAZIONE .....	22
B	PROMOZIONE DELLA CULTURA DELLA LEGALITA' .....	24
B.1	TUTELA DEL CONSUMATORE.....	25
B.2	REGOLAZIONE DEL MERCATO .....	27
C	EFFICIENZA AMMINISTRATIVA E L'ORIENTAMENTO AL CLIENTE NELLA GESTIONE DELLE RISORSE PUBBLICHE.....	31
C.1	SERVIZI AMMINISTRATIVI ALLE IMPRESE .....	32
C.2	SERVIZI DI SUPPORTO.....	42
C.3	TRASPARENZA ED ECONOMICITA' DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA.....	44
C.4	GESTIONE RISORSE UMANE, ECONOMICHE FINANZIARIE E PATRIMONIALI.....	52
D	RAFFORZAMENTO DEL RUOLO E DELL'IMMAGINE ISTITUZIONALE DELL'ENTE QUALE AGENTE DELLO SVILUPPO LOCALE .....	61
D.1	COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE.....	62
D.2	PALAZZO DELL' ECONOMIA .....	66

## *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 E VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI LOCALI*
- A.5 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*

## **A    COMPETITIVITA' DEL SISTEMA ECONOMICO PRODUTTIVO LOCALE**

**A.1    INTERNAZIONALIZZAZIONE**

**A.2    SOSTEGNO AL CREDITO E SVILUPPO IMPRENDITORIALE**

**A.3    FORMAZIONE**

**A.4    TURISMO E VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI LOCALI**

**A.5    INNOVAZIONE**

## A.1 INTERNAZIONALIZZAZIONE

Scheda di Programmazione Strategica - ASPIN	
<b>Linea Strategica</b>	COMPETITIVITA' DEL SISTEMA ECONOMICO PRODUTTIVO LOCALE
<b>Area Strategica</b>	INTERNAZIONALIZZAZIONE
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	<p>Operare all'estero ed essere competitivi sui mercati internazionali rappresenta una sfida importante da cogliere ed anche una necessità per le imprese locali in particolar modo nell'attuale contesto economico. La Camera di Commercio di Frosinone consapevole della necessità di adottare strategie e politiche attive per sostenere l'internazionalizzazione delle imprese e lo sviluppo economico del territorio locale ha posto tra le proprie priorità l'individuazione di azioni e strumenti atti a potenziare l'apertura verso l'estero della business community della provincia di Frosinone. Nel corso degli anni si è consolidata una specializzazione funzionale della Camera di Commercio di Frosinone, attraverso l'Azienda Speciale ASPIN, in materia di internazionalizzazione con interventi di promozione internazionale, di formazione e qualificazione delle imprese, di accesso al credito ed agli strumenti finanziari per l'internazionalizzazione, di accompagnamento allo sviluppo di prodotti innovativi e competitivi e di assistenza alle imprese sui temi della In questo quadro già in evoluzione, è intervenuto il decreto legislativo n. 23 del 2010 di riforma delle Camere di Commercio che ha assegnato al sistema camerale nelle sue diverse articolazioni, una funzione di supporto all'internazionalizzazione per la promozione delle imprese italiane all'estero. E' importante rilevare come il legislatore abbia riconosciuto al sistema camerale una dimensione nazionale delle proprie attività nel quadro delle politiche di internazionalizzazione del Sistema Italia.</p> <p>Nel triennio 2011-2013, pertanto, l'attività della Camera di Commercio di Frosinone unitamente alla sua Azienda Speciale ASPIN sarà ancor più finalizzata alla diffusione di una cultura economica che permetta al sistema delle imprese locali di accrescere e consolidare la propria presenza e competitività sui mercati internazionali.</p>
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	<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>
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitati in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incremento della partecipazione delle imprese e degli operatori economici (+15% rispetto al triennio precedente);</li> <li>- Miglioramento della Customer Satisfaction;</li> <li>- Diversificazione dell'offerta di promozione internazionale mediante l'incremento dei mercati di riferimento nel periodo 2011-2013 rispetto al periodo 2008-2010</li> <li>- attivazione del sistema di monitoraggio dell'efficacia dell'azione camerale mediante la misurazione delle imprese che si internazionalizzano a seguito della partecipazione ad eventi promossi dalla CCIAA attraverso l'Azienda Speciale Aspin</li> </ul>
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	<p>INTERNAZIONALIZZAZIONE:</p> <p>1. PROMOZIONE INTERNAZIONALE: FIERE, MISSIONI D'AFFARI ALL'ESTERO, INIZIATIVE DI INCOMING; 2. FORMAZIONE E QUALIFICAZIONE DELLE IMPRESE PER UN CORRETTO APPROCCIO AI MERCATI ESTERI; 3. PROGETTI SPECIALI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE (INNOVAZIONE - CREDITO) 4. ASSISTENZA TECNICA INTERNAZIONALE</p>
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	N. partecipanti ed eventi di internazionalizzazione 2011-2013 / N. partecipanti ed eventi di internazionalizzazione 2008-2010
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Indice di Customer Satisfaction
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero di nuovi mercati di riferimento nel periodo 2011-2013 / totale dei mercati destinatari di attività di internazionalizzazione della Camera nel periodo 2008-2010
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero di imprese internazionalizzate / Numero imprese partecipanti
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	Promozione, Formazione, Assistenza Tecnica, Progetti Speciali.
<b>Budget previsto</b> (Contributo Camera di Commercio Frosinone)	€ 600.000,00 (anno 2011)

### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	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.
--	---

<b>Programma</b> Descrizione e finalità	<b>PROMOZIONE INTERNAZIONALE</b>
--	----------------------------------

<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	Per il raggiungimento degli obiettivi strategici ed, quindi, per favorire l'accesso e l'espansione delle imprese locali sui mercati esteri sarà potenziato il programma di promozione internazionale mediante l'offerta ed il sostegno della partecipazione a Fiere internazionali di settore e/o multisettoriali, a Missioni d'affari all'estero, ad iniziative di Incoming commerciale/produttivo ed a Progetti Speciali di Sistema per l'Internazionalizzazione.
---	---

<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	FIERE INTERNAZIONALI
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Aspin - AREA PROMOZIONE INTERNAZIONALE
<b>Responsabile</b>	Azienda speciale Aspin
<b>Obiettivi operativi</b>	Incremento della partecipazione delle imprese
<b>Risultati attesi</b>	+3 partecipanti
<b>Risorse umane coinvolte</b>	3
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Incremento % dei partecipanti
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Incremento % delle risposte positive

<b>2) Azione B</b>	
<b>Descrizione</b>	MISSIONI D'AFFARI
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Aspin - AREA PROMOZIONE INTERNAZIONALE
<b>Responsabile</b>	Azienda speciale Aspin
<b>Obiettivi operativi</b>	Diversificazione dell'offerta di promozione internazionale
<b>Risultati attesi</b>	+3 nuovi Paesi target
<b>Risorse umane coinvolte</b>	3
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Variazione % Nuovi Paesi target
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Incremento % delle risposte positive

<b>3) Azione C</b>	
<b>Descrizione</b>	INIZIATIVE DI INCOMING
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Aspin - AREA PROMOZIONE INTERNAZIONALE
<b>Responsabile</b>	Azienda speciale Aspin
<b>Obiettivi operativi</b>	Incremento della partecipazione delle imprese
<b>Risultati attesi</b>	+2 partecipanti
<b>Risorse umane coinvolte</b>	3
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Incremento % dei partecipanti
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Incremento % delle risposte positive

<b>Scheda di Programmazione Operativa</b>	
<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	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.
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	<b>FORMAZIONE E QUALIFICAZIONE DELLE IMPRESE PER UN CORRETTO APPROCCIO AI MERCATI ESTERI</b>
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	Per incrementare la partecipazione delle imprese ad interventi di promozione internazionale e qualificare il loro approccio ai mercati esteri, in particolare a quelli "nuovi" saranno offerti percorsi formativi e di aggiornamento tecnico in materia contrattuale, commerciale, doganale ed export finance. Saranno inoltre organizzati "Focus Paese" coerenti con le attività dell'Area Promozione dell'Azienda Speciale ASPIN. Infine l'attenzione sarà puntata anche su interventi formativi rivolti agli imprenditori ed ai managers con un taglio prettamente strategico.
<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	SEMINARI DI FORMAZIONE E DI AGGIORNAMENTO
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Aspin - AREA FORMAZIONE INTERNAZIONALE
<b>Responsabile</b>	Azienda speciale Aspin
<b>Obiettivi operativi</b>	Incremento della partecipazione delle imprese
<b>Risultati attesi</b>	+5 nuove aziende
<b>Risorse umane coinvolte</b>	2
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Incremento % dei partecipanti
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Incremento % delle risposte positive

### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	<b>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.</b>
--	--

<b>Programma</b> Descrizione e finalità	<b>ASSISTENZA TECNICA INTERNAZIONALE</b>
--	--

<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	<p>Per il raggiungimento dell'obiettivo strategico 1) Aspin offre al sistema delle imprese un supporto qualificato e specializzato per soddisfare le richieste di assistenza tecnica che derivano dal mondo produttivo. Attraverso l'accesso diretto alle banche dati di settore ed utilizzando anche i servizi messi a disposizione del sistema camerale italiano ed estero, sarà possibile rispondere a quesiti su temi e problematiche connessi al commercio internazionale ma anche in materia di diritto civile, contrattuale e societario, internazionale, nonché al diritto tributario nazionale ed internazionale.</p> <p>Inoltre l'assistenza di prima informazione per le imprese e riguarda anche:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- informazioni su fiere e missioni in Italia ed all'estero</li> <li>- informazioni su opportunità d'affari</li> <li>- elenchi nominativi</li> <li>- banche dati affidabilità commerciale</li> <li>- schede Paese</li> <li>- analisi rischio Paese</li> <li>- finanziamenti in tema di internazionalizzazione</li> </ul>
---	--

<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	RISPOSTE A QUESITI
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Aspin - AREA PROMOZIONE INTERNAZIONALE
<b>Responsabile</b>	Azienda speciale Aspin
<b>Obiettivi operativi</b>	Tempestività nella risposta ai quesiti
<b>Risultati attesi</b>	Risposte fornite in max 5 gg. Lavorativi
<b>Risorse umane coinvolte</b>	3
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	% risposte tempestive



### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	1) Incrementare e qualificare la partecipazione delle imprese e agli interventi che attivano processi di internazionalizzazione: promozione internazionale (Fiere, Missioni all'estero, Incoming e progetti speciali), formazione e qualificazione, assistenza tecnica.
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	<b>PROGETTI SPECIALI INTERNAZIONALIZZAZIONE (INNOVAZIONE - CREDITO)</b>
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	Per accrescere e consolidare la presenza delle imprese sui mercati internazionali risultano strategiche alcune leve competitive quali la spinta all'innovazione e l'accesso al credito. Nel 2011, sul versante dell'innovazione, sarà portato al termine della prima fase il progetto "Innovazione e trasferimento tecnologico alle PMI: design e creatività" volto a stimolare e supportare l'innovazione ed il trasferimento tecnologico delle piccole e medie imprese del territorio per renderle maggiormente competitive sui mercati internazionali. In relazione all'accesso al credito sarà data attuazione alla convenzioni che Aspin ha siglato con Gruppo Banca Intesa San Paolo e con Gruppo MPS.
<b>1) Azione A</b>	
Descrizione	PROGETTO INNOVAZIONE E DESIGN
Unità operativa di riferimento	Aspin - DIREZIONE, AREA PROMOZIONE INTERNAZIONALE
Responsabile	Azienda speciale Aspin
Obiettivi operativi	sviluppo di nuovi prototipi di prodotto e loro promozione sui mercati internazionali
Risultati attesi	n.2 nuovi prototipi e partecipazione alle iniziative di promozione internazionale di settore
Risorse umane coinvolte	3
1) KPI di monitoraggio e valutazione	n. prototipi sviluppati
2) KPI di monitoraggio e valutazione	n. partecipazione alle iniziative di promozione internazionale
<b>2) Azione B</b>	
Descrizione	ACCESSO AL CREDITO
Unità operativa di riferimento	Aspin - DIREZIONE
Responsabile	Azienda speciale Aspin
Obiettivi operativi	Richieste di informazione per l'accesso al credito delle imprese
Risultati attesi	5 richieste di informazione
Risorse umane coinvolte	2
3) KPI di monitoraggio e valutazione	n. richieste di informazione
4) KPI di monitoraggio e valutazione	n. richieste di accesso al credito

## A.2 SOSTEGNO AL CREDITO E SVILUPPO IMPRENDITORIALE

Scheda di Programmazione Strategica	
<b>Linea Strategica</b>	COMPETITIVITA' DEL SISTEMA ECONOMICO PRODUTTIVO LOCALE
<b>Area Strategica</b>	SOSTEGNO AL CREDITO E SVILUPPO IMPRENDITORIALE
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	La composizione del tessuto imprenditoriale della provincia di Frosinone fatta di piccole e piccolissime imprese e da imprese di medie dimensioni comporta la necessità di avere a disposizione maggiori risorse finanziarie per l'evoluzione verso sistemi caratterizzati da maggiore managerialità
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Migliorare l'accesso al credito delle PMI; promuovere nuova imprenditorialità; promuovere l'innovazione (di prodotto e di processo) delle imprese
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	incremento rispetto al triennio precedente, del rapporto tra n° imprese finanziate/n° domande presentate incremento rispetto al triennio precedente, del finanziamento medio per impresa incremento rispetto al triennio precedente, dei finanziamenti erogati a sostegno del credito
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	SOSTEGNO AL CREDITO E SVILUPPO DI UNA CULTURA FINANZIARIA NELLE IMPRESE QUALI LEVE STRATEGICHE PER LA COMPETITIVITA' DEL SISTEMA
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	n° imprese finanziate/n° domande presentate
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Importo contributi erogati/n° imprese finanziate
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Importo contributi erogati/importo fondo per contributo c.l.
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	importo finanziamenti erogati/plafond
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	CREDITO

<b>Scheda di Programmazione Operativa</b>	
<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	Migliorare l'accesso al credito delle PMI; promuovere nuova imprenditorialità; promuovere l'innovazione (di prodotto e di processo) delle imprese
<b>PROGRAMMA</b> DESCRIZIONE E FINALITÀ	SOSTEGNO AL CREDITO E SVILUPPO DI UNA CULTURA FINANZIARIA NELLE IMPRESE QUALI LEVE STRATEGICHE PER LA COMPETITIVITA' DEL SISTEMA: CONVENZIONI CON ISTITUTI DI CREDITO
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	
<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	favorire l'accesso al credito delle imprese
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Credito
<b>Responsabile</b>	Dirigente Area amministrativo promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	favorire l'impiego delle risorse stanziate a favore dell'accesso al credito
<b>Risultati attesi</b>	Erogazione di almeno l'80% dei contributi stanziati
<b>Budget</b>	Completamento della pratica ed invio della documentazione all'istituto bancario entro 60gg dalla domanda
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile Servizio/UF Credito
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	N. domande accolte dal Comitato tecnico/n° domande regolari
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	importo finanziamenti accolti/importo finanziamenti richiesti regolari
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Importo contributi erogati/fondo per contributi
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	tempo medio di invio della comunicazione alla banca
<b>5) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	n° domande erogate/n° domande accolte dal comitato tecnico
<b>6) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	importo domande erogate/importo domande accolte dal comitato tecnico
<b>Note</b>	

### Scheda di Programmazione Strategica

<b>Linea Strategica</b>	COMPETITIVITA' DEL SISTEMA ECONOMICO E PRODUTTIVO LOCALE
<b>Area Strategica</b>	SOSTEGNO AL CREDITO E SVILUPPO IMPRENDITORIALE
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	Il Comitato imprenditoria Femminile ha il compito di proporre suggerimenti nell'ambito della programmazione delle attività camerali per favorire lo sviluppo e la qualificazione della presenza delle donne nel mondo dell'imprenditoria, promuovere indagini conoscitive per determinare i problemi che ostacolano l'accesso delle donne nel mondo del lavoro e dell'imprenditoria, promuovere iniziative per lo sviluppo dell'imprenditoria femminile anche tramite specifiche attività di formazione imprenditoriale e professionale a favore delle imprenditrici e aspiranti imprenditrici, facilitare l'accesso al credito e l'inserimento nei vari settori economici delle relative imprese e, più in generale svolgere qualsiasi attività di promozione e di sostegno all'imprenditoria femminile.
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	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.
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Diffusione della cultura di impresa tra le donne Incremento delle imprese femminili (2011- 2013) rispetto al (2008 - 2010)
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	SOSTEGNO ALL'IMPRENDITORIA FEMMINILE: Attività di formazione; creazione rete di imprese per internazionalizzazione; attività informative, statistiche e culturali
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	numero di imprese femminili partecipanti a iniziative camerali (2011-2013)
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	Imprenditoria femminile
<b>Budget previsto</b> (Costi esterni)	

### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	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.
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	SOSTEGNO ALL'IMPREDITORIA FEMMINILE: Attività di formazione; creazione rete di imprese per internazionalizzazione; attività informative, statistiche e culturali
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	
<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	Realizzazione delle iniziative programmate approvate dal Consiglio con la R.P.P.
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Servizio Imprenditoria femminile
<b>Responsabile</b>	Dirigente area amministrativo promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	Realizzazione della totalità delle iniziative programmate e incremento dei soggetti coinvolti
<b>Risultati attesi</b>	Grado di attuazione del programma > 90%
<b>Budget</b>	Numero di soggetti coinvolti 2011 > Numero di soggetti coinvolti nel 2010
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile Servizio IF e Azienda speciale
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Grado di attuazione del programma
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero di soggetti coinvolti 2011

### A.3 FORMAZIONE

Scheda di Programmazione Strategica - INNOVA	
<b>Linea Strategica</b>	COMPETITIVITA' DEL SISTEMA ECONOMICO PRODUTTIVO LOCALE
<b>Area Strategica</b>	FORMAZIONE
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	Sostenere la richiesta di formazione continua e superiore della provincia di Frosinone nei diversi settori di attività propri dell'Azienda Speciale.
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	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.
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitati in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Raggiungere un livello "alto" (almeno il 70%) di soddisfazione dei partecipanti ai programmi formativi; Incrementare del 50% nel periodo 2011 - 2013 il numero di aziende coinvolte nei programmi formativi rispetto al periodo 2008-2010; Intensificare l'impiego della Piattaforma FAD Aziendale, erogando nel triennio 2011 -2013 almeno 20 corsi di formazione; Incremento del 10% del fatturato rispetto al triennio precedente; Incremento/mantenimento dei fattori di qualità già oggetto di valutazione del S.G.Q. Incremento 30% della capacità di autofinanziamento nel periodo 2011 -2013 rispetto al 2010
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	LE ATTIVITA' DI FORMAZIONE (INNOVA): 1) Formazione Professionale 2) Formazione Specifica 3) Corsi Abilitanti e Preparatori 4) Progetti Speciali 5) Conciliazione
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero aziende coinvolte nella formazione continua (2011-2013) / Numero aziende coinvolte nella formazione continua (2008-2010)
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Customer satisfaction
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero di corsi FAD erogati / 20
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero utenti registrati in piattaforma FAD / Numero totale partecipanti a corsi
<b>5) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Costo medio orario della formazione per partecipante
<b>6) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero partecipanti a corsi di formazione (2011-2013) / Numero partecipanti a corsi di formazione (2008-2010)
<b>7) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Fatturato 2013/Fatturato 2010

<b>Scheda di Programmazione Operativa</b>	
<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	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.
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	LE ATTIVITA' DI FORMAZIONE (INNOVA): Formazione Professionale
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	
<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	Corsi di Formazione presentati a valere sul FSE gestito dalla Provincia di Frosinone e dalla Regione Lazio
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Azienda speciale Innova
<b>Responsabile</b>	Azienda speciale Innova
<b>Obiettivi operativi</b>	Intensificare l'attività di formazione per corsi a valere sul FSE gestito dalla Provincia di Frosinone e dalla Regione Lazio
<b>Risultati attesi</b>	Numero partecipanti ai specifici corsi di formazione pari ad almeno il 5% rispetto all'anno precedente Indice di customer satisfaction 2011 = alto
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero partecipanti a corsi di formazione presentati a valere sul FSE 2011 /Numero partecipanti a corsi di formazione presentati a valere sul FSE 2010
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Customer satisfaction
<b>2) Azione B</b>	
<b>Descrizione</b>	Interventi di Formazione Continua
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Azienda speciale Innova
<b>Responsabile</b>	Azienda speciale Innova
<b>Obiettivi operativi</b>	Intensificare l'attività di formazione Continua
<b>Risultati attesi</b>	Numero di aziende partecipanti ai specifici corsi di formazione pari ad almeno il 10% rispetto all'anno precedente Indice di customer satisfaction 2011 = alto
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero partecipanti a corsi di formazione continua 2011 /Numero partecipanti a corsi di formazione continua 2010
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Customer satisfaction
<b>3) Azione C</b>	
<b>Descrizione</b>	Ricerca e gestione delle fonti di finanziamento tramite il monitoraggio dei bandi di gara
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Azienda speciale Innova
<b>Responsabile</b>	Azienda speciale Innova
<b>Obiettivi operativi</b>	Intensificare l'attività di formazione con finanziamenti di altre fonti
<b>Risultati attesi</b>	Incrementare del 5% il numero dei bandi aggiudicati rispetto all'anno precedente, elevare al 70% il rapporto fra i bandi aggiudicati rispetto a quelli presentati; Incrementare del 5% il rapporto tra i numero degli ammessi agli esami finali dei corsi relativi ai bandi aggiudicati rispetto a quello dei corsi relativi all'anno precedente.
<b>5) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Bandi aggiudicati (T) - (T-1)/(T-1)
<b>6) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Bandi aggiudicati/Bandi Presentati
<b>7) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	(Bandi aggiudicati/ammessi agli esami) anno T / (Bandi aggiudicati/ammessi agli esami) anno T-1

### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	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.
--	---

<b>Programma</b> Descrizione e finalità	LE ATTIVITA' DI FORMAZIONE (INNOVA): Formazione Specifica
--	--

<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi
---

<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	Corsi di Aggiornamento e qualifica nel settore alimentare
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Azienda speciale Innova
<b>Responsabile</b>	Azienda speciale Innova
<b>Obiettivi operativi</b>	Intensificare l'attività di formazione e qualifica nel settore alimentare
<b>Risultati attesi</b>	Numero partecipanti ai specifici corsi di formazione pari ad almeno il 10% rispetto all'anno precedente Indice di customer satisfaction 2011 = alto
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero partecipanti a corsi di formazione e qualifica nel settore alimentare 2011 / Numero partecipanti a corsi di formazione e qualifica nel settore alimentare 2010
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Customer Satisfaction

<b>2) Azione B</b>	
<b>Descrizione</b>	Corsi nel Settore Artigianato
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Azienda speciale Innova
<b>Responsabile</b>	Azienda speciale Innova
<b>Obiettivi operativi</b>	Intensificare l'attività di formazione nel settore Artigianato
<b>Risultati attesi</b>	Numero partecipanti ai specifici corsi di formazione pari ad almeno il 40% rispetto all'anno precedente Indice di customer satisfaction 2011 = alto
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero partecipanti a corsi di formazione in materia di artigianato 2011 / Numero partecipanti a corsi di formazione in materia di artigianato 2010
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Customer Satisfaction

<b>3) Azione C</b>	
<b>Descrizione</b>	Seminari informativi su tematiche di interesse di più settori
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Azienda speciale Innova
<b>Responsabile</b>	Azienda speciale Innova
<b>Obiettivi operativi</b>	Intensificare l'attività di formazione su tematiche di interesse di più settori
<b>Risultati attesi</b>	Numero partecipanti ai specifici corsi di formazione pari ad almeno il 10% rispetto all'anno precedente Indice di customer satisfaction 2011 = alto
<b>5) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	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
<b>6) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Customer Satisfaction



<b>Scheda di Programmazione Operativa</b>	
<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	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.
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	LE ATTIVITA' DI FORMAZIONE (INNOVA): Corsi Abilitanti e Preparatori
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	
<b>1) Azione A</b>	
Descrizione	Corsi Preparatorio all'esame in CCIAA per Agente di Affari in Mediazione
Unità operativa di riferimento	Azienda speciale Innova
Responsabile	Azienda speciale Innova
Obiettivi operativi	Intensificare l'attività di formazione in materia di agenti di affari in mediazione
Risultati attesi	Numero partecipanti ai specifici corsi di formazione pari ad almeno il 10% rispetto all'anno precedente Indice di customer satisfaction 2011 = alto
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	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
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Customer Satisfaction

## Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	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.
--	---

<b>Programma</b> Descrizione e finalità	LE ATTIVITA' DI FORMAZIONE (INNOVA): Progetti Speciali
--	---

<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi
---

### 1) Azione A

<b>Descrizione</b>	Avviare l'attività di partecipazione a progetti a finanziamento diretto della Comunità Europea
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Azienda speciale Innova
<b>Responsabile</b>	Azienda speciale Innova
<b>Obiettivi operativi</b>	Partecipare a bandi comunitari
<b>Risultati attesi</b>	Partecipare ad almeno 3 bandi comunitari

<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero di bandi a cui si è partecipato / numero totale di bandi comunitari
---	--

<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero di bandi aggiudicati / numero di bandi a cui si è partecipato
---	--

### 2) Azione B

<b>Descrizione</b>	Progetto di rivalutazione dell'Artigianato Artistico della Provincia di Frosinone attraverso l'attività formativa
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Azienda speciale Innova
<b>Responsabile</b>	Azienda speciale Innova
<b>Obiettivi operativi</b>	Intensificare l'attività di formazione sull'artigianato artistico
<b>Risultati attesi</b>	Numero partecipanti ai specifici corsi di formazione pari ad almeno il 20% rispetto all'anno precedente Indice di customer satisfaction 2011 = alto

<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero partecipanti a corsi di formazione in materia di artigianato artistico 2011 / Numero partecipanti a corsi di formazione in materia di artigianato artistico 2010
---	---

<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Customer Satisfaction
---	-----------------------

<b>Scheda di Programmazione Operativa</b>	
<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	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.
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	LE ATTIVITA' DI FORMAZIONE (INNOVA): Conciliazione
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	
<b>2) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	Corsi Abilitanti alla professione di Conciliatore
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Azienda speciale Innova
<b>Responsabile</b>	Azienda speciale Innova
<b>Obiettivi operativi</b>	Incrementare il numero di formati
<b>Risultati attesi</b>	Almeno il 20% rispetto all'anno precedente Indice di customer satisfaction 2011 = alto
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero di abilitati alla professione di conciliatore 2011 / Numero di abilitati alla professione di conciliatore 2010
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Customer Satisfaction
<b>3) Azione B</b>	
<b>Descrizione</b>	Corsi di aggiornamento per Conciliatori
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Azienda speciale Innova
<b>Responsabile</b>	Azienda speciale Innova
<b>Obiettivi operativi</b>	Incrementare il numero di Conciliatori aggiornati
<b>Risultati attesi</b>	Almeno il 50% rispetto all'anno precedente Indice di customer satisfaction 2011 = alto
<b>5) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero di partecipanti corsi di aggiornamento per conciliatori 2011 / Numero di partecipanti corsi di aggiornamento per conciliatori 2010
<b>6) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Customer Satisfaction

## A.4 TURISMO E VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI LOCALI

Scheda di Programmazione Strategica	
<b>Linea Strategica</b>	Competitività del sistema economico produttivo locale.
<b>Area Strategica</b>	Filiera del turismo e valorizzazione integrata del territorio.
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	Il territorio della provincia di Frosinone, pur in presenza di potenzialità turistiche rilevanti, non riesce ad attrarre flussi turistici rilevanti. Occorre quindi evitare interventi generici, che non hanno prodotto risultati, ma concentrare gli interventi su specifici segmenti settoriali della domanda turistica.
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	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.
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Realizzazione di azioni congiunte tra i diversi soggetti istituzionali. Coordinamento delle iniziative dei medesimi soggetti. Programmazione coordinata e congiunta dei principali interventi.
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	Filiera 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 2011 Buy Lazio in provincia di Frosinone.
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	1) sottoscrizione accordo partenariato
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	2) predisposizione elenco beni, eventi e servizi
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	3) numero operatori turistici partecipanti al Buy Lazio
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	4) partecipanti edizione 2011/partecipanti edizione 2010
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	U.F. Attività Promozionali

**Scheda di Programmazione Operativa**

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	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.
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	Filiera 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.
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	Medioevo in Ciociaria - Buy Lazio
<b>1) Azione A</b>	<b>Medioevo in Ciociaria</b>
Descrizione	Il Progetto è articolato in due azioni. Con la prima azione si intende puntare al coordinamento degli interventi sul segmento del turismo culturale tra le principali Istituzioni Provinciali e le Associazioni di Categoria degli operatori economici. Tale azione si articolerà con modalità di confronto, attraverso appositi incontri con i partners pubblici e privati del progetto, e si concluderà con la firma di un accordo di partenariato tra Camera di Commercio di Frosinone, Provincia di Frosinone, Università di Cassino, Confindustria Frosinone, Conservatorio di Musica di Frosinone.
Unità operativa di riferimento	U.F. Attività Promozionali
Responsabile	Dirigente Area Amministrativo - Promozionale
Obiettivi operativi	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.
Risultati attesi	Sottoscrizione dell'intesa quadro entro 120 gg dall'inizio dell'esercizio
Budget	Attuazione dei piani e dei programmi previsti dall'intesa quadro
Risorse umane coinvolte	Non ancora ripartito tra le varie azioni
	Responsabili Servizio e U.F. e n. 2 addetti U.F.
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	1) n. gg interscorsi per la sottoscrizione accordo partenariato / 120
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	2) Grado di attuazione dei piani e dei programmi sottoscritti con l'accordo di partenariato
<b>2) Azione B</b>	<b>Medioevo in Ciociaria</b>
Descrizione	La seconda azione del progetto tende a far confluire in un unico prodotto turistico tutti i beni culturali inerenti il Medioevo esistenti in provincia di Frosinone, e tutte le attività e le iniziative culturali collegate, coordinando le attività di Enti Pubblici, Associazioni di Categoria, Comuni, Associazioni culturali, operatori privati, Abbazie e strutture religiose.
Unità operativa di riferimento	U.F. Attività Promozionali
Responsabile	Dirigente Area Amministrativo - Promozionale
Obiettivi operativi	Procedere ad una 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.
Risultati attesi	Mappatura del patrimonio medievale della provincia di Frosinone e degli eventi turistici collegati entro 240 gg dall'inizio dell'esercizio
Budget	Non ancora ripartito tra le varie azioni
Risorse umane coinvolte	Responsabili Servizio e U.F. e n. 2 addetti U.F.
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	1) N. gg interscorsi per l'apre-disposizione della mappatura dei beni e degli eventi legati al Medioevo / 240
<b>3) Azione C</b>	<b>Buy Lazio</b>
Descrizione	L'iniziativa promossa e organizzata da UnionCamere Lazio, in collaborazione con l'Assessorato al Turismo della Regione Lazio, l'Enit, l'Alitalia, le Camere di Commercio del Lazio e le Associazioni di Categoria del turismo, offre agli operatori laziali ammessi a partecipare l'opportunità di incontrare i buyer del mercato europeo. La manifestazione, ormai affermata a livello internazionale, si basa su una formula consolidata: una giornata di trattative dirette, in cui i protagonisti sono gli operatori laziali accreditati, seguita da una giornata di visita alla scoperta dei territori e delle realtà imprenditoriali che vi operano. Tale evento, dopo 7 anni, tornerà nel 2011 a svolgersi nuovamente in provincia di Frosinone.
Unità operativa di riferimento	U.F. Attività Promozionali
Responsabile	Dirigente Area Amministrativo - Promozionale
Obiettivi operativi	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.
Risultati attesi	Incrementare la partecipazione quantitativa e qualitativa degli operatori provinciali, aumentando l'efficienza dell'iniziativa rispetto al 2010
Budget	€ 100.000,00
Risorse umane coinvolte	Responsabili Servizio e U.F. e n. 2 addetti U.F.
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	1) (totale costi 2011/ numero operatori turistici partecipanti al Buy Lazio 2011) / (totale costi 2010/ numero operatori turistici partecipanti al Buy Lazio 2010)
<b>5) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	2) partecipanti edizione 2011/partecipanti edizione 2010

## A.5 INNOVAZIONE

<b>Scheda di Programmazione Strategica</b>	
<b>Linea Strategica</b>	COMPETITIVITA' DEL SISTEMA ECONOMICO PRODUTTIVO LOCALE
<b>Area Strategica</b>	INNOVAZIONE
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	Nel contesto socio-economico di crisi in cui versa l'economia locale appare fondamentale favorire lo sviluppo delle innovazioni di prodotto e di processo che consentano alle imprese locali di aumentare la propria competitività.
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Favorire l'innovazione delle imprese locali attraverso la valorizzazione della banca dati dei brevetti camerale e incrementare la lotta alla contraffazione mediante la diffusione della cultura della legalità.
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitati in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Creazione delle condizioni ottimali per favorire un collegamento costante tra le imprese del territorio e gli inventori mediante invii trimestrali di comunicazione dei brevetti depositati. Incremento nel triennio del numero di imprese destinatarie dell'informativa sui brevetti depositati. Organizzazione di un evento all'anno sul tema della lotta alla contraffazione e diffusione di un "prontuario sulla contraffazione" entro l'anno 2011.
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	Diffusione della conoscenza delle innovazioni tecnologiche e tutela dalla contraffazione
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero degli invii di comunicazioni dei brevetti depositati nel triennio 2011-2013 / 12
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero di imprese destinatarie dell'informativa nel 2012 / Numero di imprese destinatarie dell'informativa nel 2011
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero di imprese destinatarie dell'informativa nel 2013 / Numero di imprese destinatarie dell'informativa nel 2012
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero medio annuo di imprese destinatarie dell'informativa
<b>5) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero eventi realizzati sul tema della lotta alla contraffazione / 3
<b>6) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero gg dper la diffusione del prontuario sulla lotta alla contraffazione / 365
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	Servizio V - Ufficio Marchi e Brevetti

### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	Favorire l'innovazione delle imprese locali attraverso la valorizzazione della banca dati brevetti camerale
--	---

<b>Programma</b> Descrizione e finalità	Diffusione della conoscenza delle innovazioni tecnologiche e tutela dalla contraffazione
--	--

<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi
---

<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	Raccolta dati brevetti depositati nel trimestre di riferimento ed invio telematico alle aziende del territorio
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Servizio V - Ufficio Brevetti e Marchi
<b>Responsabile</b>	Dirigente Area amministrativo promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	Diffusione delle innovazioni tra le imprese del territorio mediante la predisposizione di un'informativa trimestrale da inviare ad un crescente numero di imprese
<b>Risultati attesi</b>	Numero di informative inviate nel corso del 2011 = 4
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Numero di imprese a cui è stata inviata l'informativa = 100 Responsabile servizio /U.F. ; 1 addetto U.F.
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero di informative inviate nel corso del 2011/ 4
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero di imprese a cui è stata inviata l'informativa / 100

<b>2) Azione B</b>	
<b>Descrizione</b>	Tenuta di informazioni sempre aggiornate ed esaustive nel sito internet dell'Ente. Assistenza personalizzata preventiva al deposito delle domande. Verifica della conformità della documentazione e dei pagamenti. Inserimento telematico immediato per un aggiornamento utile della banca dati brevettuale nazionale.
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Servizio V - Ufficio Brevetti e Marchi
<b>Responsabile</b>	Dirigente area amministrativo promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	Assistenza all'utenza e tempestivo aggiornamento della banca dati brevettuale nazionale
<b>Risultati attesi</b>	Esito formale positivo delle domande depositate = 100%      Indice di gradimento del servizio = buono
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile servizio /U.F. ; 1 addetto U.F.
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero rifiuti per irregolarità /numero istanze presentate
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Indice di customer satisfaction del servizio fornito

<b>3) Azione C</b>	
<b>Descrizione</b>	Incremento della lotta alla contraffazione mediante la diffusione di una cultura della legalità e lotta alla contraffazione
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Servizio V - Ufficio Brevetti e Marchi
<b>Responsabile</b>	Dirigente area amministrativo promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	Realizzazione di un evento sul tema "contraffazione" e diffusione del prontuario sulla "lotta alla contraffazione", entro il 31/12/2011
<b>Risultati attesi</b>	Realizzazione di un evento sul tema "contraffazione" nel secondo semestre 2011 Numero gg necessari alla diffusione del prontuario sulla "lotta alla contraffazione" < 365
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile servizio /U.F. ; 1 addetto U.F.
<b>5) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero gg intercorsi per la realizzazione dell'evento / 365
<b>6) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero gg. Intercorsi per la diffusione del prontuario / 365

## **B PROMOZIONE DELLA CULTURA DELLA LEGALITA'**

### **B.1 TUTELA DEL CONSUMATORE**

### **B.2 REGOLAZIONE DEL MERCATO**



## B.1 TUTELA DEL CONSUMATORE

### Scheda di Programmazione Strategica

<b>Linea Strategica</b>	PROMOZIONE DELLA CULTURA DELLA LEGALITA'
<b>Area Strategica</b>	TUTELA DEL CONSUMATORE
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	1) Nell'ottica dell'efficienza dell'azione svolta a favore del mercato e dei consumatori l'Ente si propone quale referente primario per la soluzione delle controversie fra imprese e fra queste ed i consumatori, onde tendere all'eliminazione dei guasti derivanti dai cronici ritardi nella domanda di giustizia che diventa strumento di selezione per le imprese più piccole, esposte a lunghi contenziosi, costosi sia dal punto di vista economico che da quello della certezza dei rapporti.2) In attuazione della recentissima normativa in materia di Mediazione, la CCIAA intende estendere anche tutta l'area di intervento della mediazione, le proprie competenze e la propria organizzazione, confermando, così, il ruolo di primario interprete del bisogno di giustizia che si evidenzia nella Società
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Rafforzare le azioni dirette alla prevenzione e gestione dei conflitti per contribuire alla costruzione di un mercato equilibrato, trasparente e corretto
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitati in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Promozione e diffusione della cultura dell'arbitrato, della conciliazione e della mediazione, e, quindi, incremento delle procedure gestite nel triennio 2011-2013 rispetto al triennio 2008-2010
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	Cooperazione (accordi-convenzioni) con ordini professionali, associazioni di categoria e dei consumatori per l'utilizzo degli strumenti di ADR. Attività promozionale verso l'esterno dei servizi di ADR.
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero di ADR realizzate nel triennio 2011-2013 / numero ADR realizzate nel triennio 2008-2010
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero degli interventi di sensibilizzazione dei notai e dei professionisti perchè consiglino gli istituti di giustizia alternativa
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Organizzazione della settimana della conciliazione
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero convenzioni stipulate con ordini, collegi e associazioni di categoria nel triennio 2011-2013 / numero convenzioni stipulate nel triennio 2008-2010
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	Servizio V – Ufficio arbitrato e conciliazione

### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	Fornire al consumatore risposte rapide ed efficaci in caso di problemi nell'esecuzione dei contratti o nella gestione di rapporti tra le imprese.
--	---

<b>Programma</b> Descrizione e finalità	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.
--	---

<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi
---

<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	Iscrizione della Camera di conciliazione e mediazione presso il Ministero della Giustizia
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Servizio V – Ufficio arbitrato e conciliazione
<b>Responsabile</b>	Dirigente area amministrativo promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	Accreditarsi presso il Ministero della Giustizia
<b>Risultati attesi</b>	Ottenimento dell'accredimento in tempo utile per l'entrata in vigore della legge sulla mediazione
<b>Budget</b>	//
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile servizio /U.F. e personale addetto U.F.
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Predisposizione della richiesta per l'iscrizione al Ministero /90 gg

<b>2) Azione B</b>	
<b>Descrizione</b>	Gestione delle procedure di ADR con sistemi informatici che assicurino tempestività ed economicità del servizio per gli utenti e l'amministrazione stessa
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Servizio V – Ufficio arbitrato e conciliazione
<b>Responsabile</b>	Dirigente area amministrativo promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	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
<b>Risultati attesi</b>	Incremento di almeno il 10% delle procedure di adr attivate.
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile servizio /U.F. e personale addetto U.F.
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Implementazione di una procedura informatica di gestione delle domande di adr
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Incremento di almeno il 10% delle procedure attivate

<b>3) Azione C</b>	
<b>Descrizione</b>	Diffusione del marchio di garanzia camerale
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Servizio V – Ufficio regolazione del mercato
<b>Responsabile</b>	Dirigente area amministrativo promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	Garantire l'affidabilità commerciale e la correttezza degli strumenti contrattuali utilizzati nei rapporti con i consumatori.
<b>Risultati attesi</b>	Aumento del numero di moduli contrattuali ed, in genere, dei contratti muniti del marchio di garanzia camerale che ne garantisce la regolarità rispetto al 2010
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile servizio /U.F. e personale addetto U.F.
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero di esercenti / contratti sottoposti alla procedura per concessione del marchio di garanzia camerale 2011 / numero esercenti / contratti sottoposti a concessione per il 2010

## B.2 REGOLAZIONE DEL MERCATO

Scheda di Programmazione Strategica	
<b>Linea Strategica</b>	PROMOZIONE DELLA CULTURA E DELLA LEGALITA'
<b>Area Strategica</b>	REGOLAZIONE DEL MERCATO
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	Promozione della cultura della legalità, quale substrato di cultura di un sistema economico sano, che faccia crescere assieme alle Aziende anche il territorio stesso nella considerazione generale, appare inoltre necessario alla CCIAA di Frosinone intraprendere un percorso di formazione ed aggiornamento per gli operatori del territorio, affinché cresca la comprensione dei problemi connessi alla contraffazione. Reg. CE 765/2008.
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	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>Risultati attesi</b> (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	1. Organizzazione di un evento all'anno sulle tematiche di tutela del consumatore in materia di vigilanza dei prodotti, frodi commerciali, etc. e aggiornamento continuo della sezione web del sito camerale con la pubblicazione di almeno un manuale/guida all'anno sugli stessi temi 2. Incremento dell'attività ispettiva di verifiche metriche e controllo qualità prodotti nel triennio 2011-2013 rispetto al triennio 2008-2010; 3. Incremento dell'attività di vigilanza sui prodotti mediante l'attuazione di un numero incrementale di verifiche annue; 4. Incremento dell'attività ispettiva sui produttori delle Denominazioni di Origine nel triennio 2011-2013 rispetto al triennio 2008-2010; 5. Completamento e pubblicazione dell'aggiornamento della raccolta degli usi e delle consuetudini entro il 2011.
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	Promozione della legalità, della trasparenza del mercato e della tutela fede pubblica
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero eventi realizzati sul tema della lotta alla contraffazione / 3
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero pubblicazione WEB in materia di vigilanza e tutela del consumatore / 3
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero ispezioni metriche 2011-2013 / numero ispezioni metriche 2008-2010
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero ispezioni produttori DO 2011-2013 / numero ispezioni produttori DO 2008-2010
<b>5) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	n. gg necessari alla presentazione ufficiale della pubblicazione relativa alla revisione degli usi e delle consuetudini / 300
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	Servizio Metrologia Legale - Sistema Gestione Qualità ISO 9001:2008; Servizio Albi e Ruoli; Servizio Agricoltura

### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	Informazione e formazione rivolta agli organi di controllo e vigilanza. Eventi di comunicazione ed informazione ai cittadini - consumatori.
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	Garanzia per la tutela del mercato, ridurre la concorrenza sleale, aumento dei controlli
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	
<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	Organizzazione di eventi, seminari, pubblicazioni cartacee e web
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Metrologia Legale
<b>Responsabile</b>	Dirigente Area anagrafica certificativa
<b>Obiettivi operativi</b>	Aumentare la tutela dei consumatori in materia di vigilanza sui prodotti
	1. Organizzazione di un evento entro il primo semestre 2011 con la partecipazione di almeno 30 imprese 2. Pubblicazione sul Web di un manuale/guida sulla tutela dei consumatori in materia di vigilanza sui prodotti entro ottobre 2011 3. Incremento degli accessi web alla specifica sezione del sito camerale rispetto al 2010
<b>Risultati attesi</b>	
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Risorse Servizio
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	N. gg. intercorsi per la realizzazione dell'evento /180
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	N. imprese partecipanti / 30
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	N. gg. intercorsi per la pubblicazione web del manuale /300
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	N. accessi web alla specifica sezione del sito camerale 2011 /N. accessi web alla specifica sezione del sito camerale 2010
<b>2) Azione B</b>	
<b>Descrizione</b>	Protocolli di intesa con organi di vigilanza e controllo contraffazione.
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Metrologia Legale
<b>Responsabile</b>	Dirigente Area anagrafica certificativa
<b>Obiettivi operativi</b>	Aumento della legalità e trasparenza degli attori coinvolti nella lotta alla contraffazione mediante l'intensificazione dell'attività di vigilanza
	Stipulare almeno 3 protocolli di intesa con altre amministrazioni in materia di lotta alla contraffazione
<b>Risultati attesi</b>	E seguire aumento il 30% di verifiche in più rispetto al 2010
<b>Risorse umane coinvolte</b>	3 persone
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	n. protocolli d'intesa / 3
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	n. verifiche 2011 / n. verifiche 2010
<b>3) Azione C</b>	
<b>Descrizione</b>	Intensificare l'attività ispettiva metrica, migliorando la qualità del servizio
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Metrologia Legale
<b>Responsabile</b>	Dirigente Area anagrafica certificativa
<b>Obiettivi operativi</b>	1. Incremento dell'attività ispettiva 2. Riduzione dei tempi di evasione delle richieste dell'utenza
	1. Numero ispezioni 2011 > Numero di ispezioni 2010 2. Riduzione dei tempi medi di evasione delle richieste di verifica rispetto al 2010
<b>Risultati attesi</b>	
<b>Risorse umane coinvolte</b>	2 persone
<b>5) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero di ispezioni 2011 / Numero di ispezioni 2010
<b>6) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Tempi medi di evasione delle richieste di verifica 2011 / Tempi medi di evasione delle richieste di verifica 2010

### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	Implementazione delle funzioni di ente di controllo per le produzioni agroalimentari a Denominazione di Origine
--	--

<b>Programma</b> Descrizione e finalità	REGOLAZIONE DEL MERCATO
--	-------------------------

<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi
---

<b>1) Azione A</b>	
Descrizione	Esame domande di iscrizione nel sistema dei controlli della DO "Fagiolo cannellino di atina"
Unità operativa di riferimento	Servizio Agricoltura
Responsabile	Dirigente Area amministrativo promozionale
Obiettivi operativi	Esaminare le domande di iscrizione presentate e disporre verifica ispettiva
Risultati attesi	N. verifiche ispettive commissionate/n° domande pervenute >= 90% tempo medio di iscrizione nel sistema della DO <= 90gg
Budget	
Risorse umane coinvolte	Responsabile di Servizio /UF e n. 1 addetto all'UF
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	N. verifiche ispettive commissionate/n° domande pervenute
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	N° iscrizioni o dinieghi nel sistema dei controlli/n° verifiche ispettive effettuate
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Tempo medio di iscrizione

<b>2) Azione B</b>	
Descrizione	Rilascio attestazione idoneità/non idoneità vino a DO
Unità operativa di riferimento	Servizio Agricoltura
Responsabile	Dirigente Area amministrativo promozionale
Obiettivi operativi	Miglioramento dell'attività di controllo e monitoraggio per le attestazioni inerenti i vini a denominazione di origine (DO)
Risultati attesi	n° pareri al prelievo/n° rich pervenute >= 90% tempo medio di rilascio dei pareri < 30gg
Budget	
Risorse umane coinvolte	Responsabile di Servizio /UF e n. 2 addetto all'UF
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	n° pareri al prelievo/n° rich pervenute
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	n° attestazioni rilasciate/n° prelievi effettuati

<b>3) Azione C</b>	
Descrizione	verifiche annuali su vigneti e cantine
Unità operativa di riferimento	Servizio Agricoltura
Responsabile	Dirigente Area amministrativo promozionale
Obiettivi operativi	applicare disposizioni Piani di controllo
Risultati attesi	ha vigneti verificati/ ha da verificare > 90% h.li prodotti dalle cantine verificate/h.li da verificare > 90%
Budget	
Risorse umane coinvolte	Responsabile di Servizio /UF e n. 2 addetto all'UF
<b>5) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	ha vigneti verificati/ ha da verificare
<b>6) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	h.li prodotti dalle cantine verificate/h.li da verificare



**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**

## C.1 SERVIZI AMMINISTRATIVI ALLE IMPRESE

### Scheda di Programmazione Strategica 2011 -2013

<b>Linea Strategica</b>	EFFICIENZA AMMINISTRATIVA E L'ORIENTAMENTO AL CLIENTE
<b>Area Strategica</b>	SERVIZI AMMINISTRATIVI ALLE IMPRESE
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	SOSTENERE LO SVILUPPO ECONOMIA LOCALE ATTRAVERSO IL MIGLIORAMENTO FOCALIZZATO SULL'EFFICIENZA ED EFFICACIA AMMINISTRATIVA
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	<p>1) MIGLIORAMENTO DELLA QUALITA' DELL'ARCHIVIO, PULITO DELLE POSIZIONI NON PIU' COMPATIBILI CON LA PERMANENZA DELL'ISCRIZIONE</p> <p>2) MIGLIORAMENTO DEL CONTROLLO E DEI TEMPI DELLE PROCEDURE INTERNE ANCHE IN RIFERIMENTO DELL'ATTUAZIONE DELLA RIFORMA DEL SUAP</p>
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	<p>1) <b>QUALITA' DEI DATI ANAGRAFICI</b> (ANALISI DELLE POSIZIONI SOGGETTE ALL'AVVIO DL PROCEDIMENTO ENTRO IL 30.09.2010 - AVVIO DEL PROCEDIMENTO CON RELATIVA NOTIFICA, ISCRIZIONE E PUBBLICAZIONE ENTRO IL 30.06.2012 - CANCELLAZIONI ENTRO IL 31.12.2012 - VERIFICA RICHIESTE REVOCHE ENTRO IL 31.12.2013);</p> <p>2) <b>RIDUZIONE DEI TEMPI MEDI DI EVASIONE</b> DELLE PRATICHE con riferimento al periodo 2011-2013 rispetto al 2010</p> <p>3) <b>AUMENTO DELLA % DI PRATICHE EVASE ENTRO I 5GG</b> con riferimento al periodo 2011-2013 rispetto al 2010</p>
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	Qualità delle anagrafiche, efficienza e semplificazione
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	1a) NUMERO DI POSIZIONI ELABORATE / TOTALE ELENCO
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	1b) NUMERO DEI PROCEDIMENTI AVVIATI / TOTALE SOGGETTE
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	2) TEMPO MEDIO DI EVASIONE
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	3) % PRATICHE EVASE ENTRO 5GG
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	servizi anagrafici



### Scheda di Programmazione Operativa 2011

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	EFFICIENZA AMMINISTRATIVA E L'ORIENTAMENTO AL CLIENTE
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	SERVIZI AMMINISTRATIVI ALLE IMPRESE
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	
<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	CANCELLAZIONI D'UFFICIO - RILEVAMENTO DELLE POSIZIONI CHE SONO COMPATIBILI CON LE SITUAZIONI PREVISTE DAL DPR 23.7.2004 RIF. ANNI 2008-2009-2010
<b>Unità operativa di riferimento</b>	REGISTRO DELLE IMPRESE
<b>Responsabile</b>	DIRIGENTE AREA ANAGRAFICO-CERTIFICATIVA
<b>Obiettivi operativi</b>	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
<b>Risultati attesi</b>	ELABORAZIONE DEL 100% DELLE POSIZIONI RILEVATE PER CONCOMITANZA DEI FATTORI SINTOMATICI ENTRO IL MESE DI SETTEMBRE 2011
<b>Budget</b>	20.000,00 EURO
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile e personale addetto Registro delle Imprese
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	NR. POSIZIONI ELABORATE / TOTALE RILEVATE POTENZIALI
<b>2) Azione B</b>	
<b>Descrizione</b>	AVVIO DEL PROCEDIMENTO
<b>Unità operativa di riferimento</b>	REGISTRO DELLE IMPRESE
<b>Responsabile</b>	DIRIGENTE AREA ANAGRAFICO-CERTIFICATIVA
<b>Obiettivi operativi</b>	ESECUZIONE DELLA FASE DI AVVIO DEL PROCEDIMENTO DI CANCELLAZIONE D'UFFICIO ATTRAVERSO LE NOTIFICHE ALLE PARTI COINVOLTE
<b>Risultati attesi</b>	1) FORMALIZZAZIONE DELL'AVVIO DEL PROCEDIMENTO: AVVIO DEL PROCEDIMENTO DEL 20% DELLE IMPRESE SOGGETTE (RILEVATE AL 30.09.2011) ENTRO IL 31.12.2011 - 2) PUBBLICAZIONE ELENCHI SULL'ALBO CAMERALE
<b>Budget</b>	10.000,00 EURO
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile e personale addetto Registro delle Imprese
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	NUMERO DI AVVII ESEGUITI / TOTALE IMPRESE SOGGETTE
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	PUBBLICAZIONI / TOTALE IMPRESE SOGGETTE

**Scheda di Programmazione Operativa 2011**

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	EFFICIENZA AMMINISTRATIVA E L'ORIENTAMENTO AL CLIENTE
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	SERVIZI AMMINISTRATIVI ALLE IMPRESE
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	
<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	SEMPLIFICAZIONE PROCEDIMENTI
<b>Unità operativa di riferimento</b>	REGISTRO DELLE IMPRESE
<b>Responsabile</b>	DIRIGENTE AREA ANAGRAFICO-CERTIFICATIVA
<b>Obiettivi operativi</b>	ISTITUIRE NUOVE PROCEDIMENTI DI SEMPLIFICAZIONE, DI EFFICIENZA E DI EFFICACIA
<b>Risultati attesi</b>	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%)
<b>Budget</b>	
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile e personale addetto Registro delle Imprese
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	TEMPO DI EVASIONE (T) / TEMPO DI EVASIONE (T-1)
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	TEMPO DI EVASIONE 5 GG (T) / TEMPO EVASIONE 5 GG. (T-1)

### Scheda di Programmazione Strategica

<b>Linea Strategica</b>	EFFICIENZA AMMINISTRATIVA E L'ORIENTAMENTO AL CLIENTE
<b>Area Strategica</b>	SERVIZI AMMINISTRATIVI ALLE IMPRESE
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	SOSTENERE LO SVILUPPO DELL'ECONOMIA LOCALE ATTRAVERSO IL MIGLIORAMENTO FOCALIZZATO SULL'EFFICIENZA ED EFFICACIA AMMINISTRATIVA
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	1) MIGLIORAMENTO DELLA QUALITA' DELL'ARCHIVIO, PULITO DELLE POSIZIONI NON PIU' COMPATIBILI CON LA PERMANENZA DELL'ISCRIZIONE 2) MIGLIORAMENTO DELL'EFFICACIA DI ACCERTAMENTO DELLE SITUAZIONI DI ILLEGALITA' PER OMESSA ISCRIZIONE ALL'ALBO ARTIGIANI E RELATIVI RUOLI IVS
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	1) <b>QUALITA' DEI DATI ANAGRAFICI</b> (ANALISI DELLE POSIZIONI SOGGETTE ALL'AVVIO DL PROCEDIMENTO ENTRO IL 30.09.2010 - AVVIO DEL PROCEDIMENTO CON RELATIVA NOTIFICA, ISCRIZIONE E PUBBLICAZIONE ENTRO IL 30.03.2012 - VALUTAZIONE COMMISSIONE ENTRO IL 30.06.2012 - CANCELLAZIONI ENTRO IL 31.12.2012 - VERIFICA RICHIESTE REVOCHE ENTRO IL 31.12.2013); 2) <b>VERIFICA DELLE OMISSIONI DI ISCRIZIONE E POSIZIONI CONTRIBUTIVE</b> (ANALISI POSIZIONI ENTRO IL 31.12.2011, COMUNICAZIONI IMPRESE /ENTI ENTRO IL 31.12.2012, ESECUZIONE PROVVEDIMENTI D'UFFICIO ENTRO IL 31.12.2013)
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	MIGLIORAMENTO DELLA QUALITA' DEI DATI E LOTTA ALL'ILLEGALITA'
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	1a) NUMERO DI POSIZIONI ELABORATE /TOTALE ELENCO
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	1b) NUMERO DEI PROCEDIMENTI AVVIATI /TOTALE SOGGETTE
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	2) ACCERTAMENTI SITUAZIONI DI ILLEGALITA' /TOTALE ELENCO

### Scheda di Programmazione Operativa 2011

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	EFFICIENZA AMMINISTRATIVA E L'ORIENTAMENTO AL CLIENTE
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	SERVIZI AMMINISTRATIVI ALLE IMPRESE
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	
<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	LOTTA ALL'ILLEGALITA'
<b>Unità operativa di riferimento</b>	ALBO ARTIGIANI
<b>Responsabile</b>	SEGRETARIO COMMISSIONE PROVINCIALE PER L'ARTIGIANATO
<b>Obiettivi operativi</b>	FAR EMERGERE LE SITUAZIONI DI ILLEGALITA' 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
<b>Risultati attesi</b>	INCREMENTARE DEL 20% LA CAPACITA' DI ACCERTAMENTO E VERIFICA DEI REQUISITI DA PARTE DEL PERSONALE CAMERALE
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Personale Ufficio Albo Artigiani
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	ACCERTAMENTI (anno 2011) / ACCERTAMENTI (anno 2010)
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	

<b>Scheda di Programmazione Operativa 2011</b>	
<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	EFFICIENZA AMMINISTRATIVA E L'ORIENTAMENTO AL CLIENTE
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	SERVIZI AMMINISTRATIVI ALLE IMPRESE
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	
<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	CANCELLAZIONI D'UFFICIO - RILEVAMENTO DELLE POSIZIONI CHE SONO COMPATIBILI CON LE SITUAZIONI PREVISTE DAL DPR 23.7.2004 RIF. ANNI 2008-2009-2010
<b>Unità operativa di riferimento</b>	ALBO ARTIGIANI
<b>Responsabile</b>	DIRIGENTE AREA ANAGRAFICO-CERTIFICATIVA
<b>Obiettivi operativi</b>	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
<b>Risultati attesi</b>	ELABORAZIONE DEL 100% DELLE POSIZIONI RILEVATE PER CONCOMITANZA DEI FATTORI SINTOMATICI ENTRO IL MESE DI SETTEMBRE 2011
<b>Budget</b>	15.000,00 EURO
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile e addetti Ufficio Albo Artigiani
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	NR. POSIZIONI ELABORATE / TOTALE RILEVATE POTENZIALI
<b>2) Azione B</b>	
<b>Descrizione</b>	AVVIO DEL PROCEDIMENTO
<b>Unità operativa di riferimento</b>	ALBO ARTIGIANI
<b>Responsabile</b>	DIRIGENTE AREA ANAGRAFICO-CERTIFICATIVA
<b>Obiettivi operativi</b>	ESECUZIONE DELLA FASE DI AVVIO DEL PROCEDIMENTO DI CANCELLAZIONE D'UFFICIO ATTRAVERSO LE NOTIFICHE ALLE PARTI COINVOLTE
<b>Risultati attesi</b>	1) FORMALIZZAZIONE DELL'AVVIO DEL PROCEDIMENTO: AVVIO DEL PROCEDIMENTO DEL 20% DELLE IMPRESE SOGGETTE (RILEVATE AL 30.09.2011) ENTRO IL 31.12.2011 - 2) PUBBLICAZIONE ELENCHI SULL'ALBO CAMERALE
<b>Budget</b>	10.000,00 EURO
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile e addetti Ufficio Albo Artigiani
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	NUMERO DI AVVII ESEGUITI / TOTALE IMPRESE SOGGETTE
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	PUBBLICAZIONI / TOTALE IMPRESE SOGGETTE

### Scheda di Programmazione Strategica

<b>Linea Strategica</b>	Efficienza amministrativa
<b>Area Strategica</b>	Servizi amministrativi alle imprese
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	Nell'ambito della gestione del Registro Informatico dei Protesti, l'esigenza delle imprese e dei soggetti che hanno provveduto al pagamento di protesti levati è quella di contenere ulteriormente, rispetto ai tempi già ristretti fissati dalla normativa, i tempi per l'adozione del provvedimento di cancellazione.
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	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.
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Ridurre, compatibilmente con i tempi di verifica della documentazione amministrativa, i tempi medi per l'adozione dei provvedimenti di cancellazione dal Registro Informatico dei Protesti con riferimento al periodo 2011-2013 rispetto al periodo 2008-2010
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	Efficienza amministrativa. Servizi amministrativi alle imprese.
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	1) $\Sigma$ gg. intercorsi tra ricezione richieste cancellazione e cancellazione dal Registro Informatico dei Protesti/numero richieste accolte
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	2) Tempi medi di cancellazione dal Registro Informatico dei Protesti 2011-2013 / Tempi medi di cancellazione dal Registro Informatico dei Protesti 2008-2010
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	U.F. Protesti

<b>Scheda di Programmazione Operativa</b>	
<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	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.
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	Efficienza amministrativa. Servizi amministrativi alle imprese.
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	Registro Informatico dei Protesti.
<b>1) Azione A</b>	<b>Registro Informatico dei Protesti. Riduzione tempi cancellazione.</b>
<b>Descrizione</b>	I tempi per l'adozione e l'esecuzione dei provvedimenti di cancellazione dal Registro Informatico Protesti, così come fissati dalla vigente normativa, sono già molto stretti. Viene ritenuto prioritario operare per un ulteriore contenimento.
<b>Unità operativa di riferimento</b>	U.F. Protesti
<b>Responsabile</b>	Dirigente Area amministrativo - promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	Contenimento dei tempi medi di cancellazione dei protesti rispetto ai 2010 (5,86 gg.)
<b>Risultati attesi</b>	Riduzione dei tempi medi di cancellazione dei protesti 2011 rispetto ai 2010 (5,86 gg.)
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabili Servizio e U.F. e personale addetto U.F.
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	1) Σ gg. intercorsi tra ricezione richieste cancellazione e cancellazione dal Registro Informatico dei Protesti/numero richieste accolte
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	2) tempi medi di cancellazione dei protesti 2011 / tempi medi di cancellazione dei protesti 2010

### Scheda di Programmazione Strategica

<b>Linea Strategica</b>	Efficienza amministrativa
<b>Area Strategica</b>	Servizi amministrativi alle imprese
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	Le imprese che operano con l'estero hanno necessità di poter ottemperare tempestivamente agli adempimenti amministrativi richiesti, operando in prima istanza con procedure semplificate che permettono, sulla base di semplici dichiarazioni sostitutive, di ottenere certificati d'origine. Gli Enti Camerali, di converso, a tutela delle altre imprese e dei consumatori, devono operare verifiche a campione ex post sulla veridicità di tali dichiarazioni sostitutive
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	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
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Aumento del livello di responsabilità degli operatori economici nella compilazione delle domande di certificato d'origine
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	Lotta alla contraffazione, tutela del consumatore e salvaguardia del sistema delle regole: Controllo a campione delle dichiarazioni sostitutive di atto di notorietà in ordine all'origine dei prodotti esportati contenute nelle domande di certificato di origine. 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 presentate
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	adozione provvedimento dirigenziale (si/no)
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	numero controlli a campione effettuati
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	numero controlli a campione anno t/numero controlli a campione anno t-1
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	Servizio Albi Ruoli Registri Commercio Estero Macinazione



### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	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
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	SERVIZI AMMINISTRATIVI ALLE IMPRESE
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	
<b>1) Azione A</b>	<b>Controllo a campione</b>
<b>Descrizione</b>	Controllo a campione delle dichiarazioni sostitutive di atto di notorietà, concernenti l'origine dei prodotti esportati, contenute nelle domande di certificato di origine
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Servizio Albi Ruoli Registri Commercio Estero Macinazione
<b>Responsabile</b>	Dirigente Area anagrafico certificativa
<b>Obiettivi operativi</b>	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.
<b>Risultati attesi</b>	Introduzione dei controlli a campione rispetto all'esercizio 2010
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile Servizio/UF e n. 2 unità di personale addetto
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	numero controlli a campione effettuati 2011/numero controlli a campione effettuati 2010
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	numero controlli a campione effettuati 2011/numero di certificati di origine rilasciati
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	adozione provvedimento dirigenziale (si/no)

## C.2 SERVIZI DI SUPPORTO

<b>Scheda di Programmazione Strategica</b>	
<b>Linea Strategica</b>	EFFICIENZA AMMINISTRATIVA E L'ORIENTAMENTO AL CLIENTE NELLA GESTIONE DELLE RISORSE PUBBLICHE
<b>Area Strategica</b>	SERVIZI DI SUPPORTO
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	Rafforzare e migliorare l'organizzazione interna, nel segno dell'innovazione, del miglioramento della qualità, dell'efficienza dei servizi.
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Dematerializzazione degli atti e informatizzazione dei documenti cartacei di archivio per la loro migliore conservazione, salvaguardia, valorizzazione e fruizione
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Adozione e utilizzo condiviso di un nuovo sistema gestionale interno per la produzione di atti in formato digitale. Effettuare un rilievo archivistico con una Progressiva identificazione, mediante rilievo archivistico, e sviluppo procedura di catalogazione, riordino e scarto d'archivio. Introduzione di un software per la gestione informatizzata dei documenti e pratiche conservate in archivio.
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	Dematerializzazione
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	N. gg intercorsi per la identificazione della documentazione da proporre allo scarto
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	N. posizioni catalogate attraverso procedura informatica / N. posizioni cartacee rilevate
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Adozione sistema gestionale interno per la produzione atti digitali (SI/NO)
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero atti (delibere e determine) con sottoscrizione digitale
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	Segreteria generale

### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	Dematerializzazione degli atti e informatizzazione dei documenti cartacei di archivio per la loro migliore conservazione, salvaguardia, valorizzazione e fruizione
--	--

<b>Programma</b> Descrizione e finalità	Dematerializzazione
--	---------------------

<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi
---

<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	Sviluppo di un progetto per la sistemazione della documentazione d'archivio al fine di rendere la stessa maggiormente fruibile e procedere al riordino gli spazi
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Segreteria generale
<b>Responsabile</b>	Segretario generale
<b>Obiettivi operativi</b>	Progressiva identificazione e segnalazione della documentazione da proporre per lo scarto. Riordino del materiale da conservare.
<b>Risultati attesi</b>	Riordino, sistemazione, ed identificazione della documentazione presso l'archivio cartaceo da proporre all'esame di tutti i Servizi, entro 180 gg dall'adozione del Piano, al fine di avviare le procedure di scarto.
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Introduzione, entro 210 gg, di una procedura informatizzata per la gestione dei faldoni in deposito e catalogazione degli stessi Responsabile Servizio/UF e addetti UF Segreteria
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	N. gg intercorsi per la identificazione della documentazione /180
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	N. posizioni catalogate attraverso procedura informatica / N. posizioni cartacee individuate

<b>2) Azione B</b>	
<b>Descrizione</b>	Dematerializzazione
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Segreteria generale
<b>Responsabile</b>	Segretario generale
<b>Obiettivi operativi</b>	Dematerializzare i documenti mediante la produzione di atti (delibere e determine) in formato digitale.
<b>Risultati attesi</b>	Introduzione, entro 210 gg., di un nuovo sistema gestionale interno per la produzione di atti in formato digitale.
<b>Budget</b>	€ 20.000,00
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile Servizio/UF e addetti UF Segreteria
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	N. gg per adozione nuovo sistema gestionale interno / 210
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero atti (delibere e determine) con sottoscrizione digitale

### C.3 TRASPARENZA ED ECONOMICITA' DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA

<b>Scheda di Programmazione Strategica</b>	
<b>Linea Strategica</b>	EFFICIENZA AMMINISTRATIVA E L'ORIENTAMENTO AL CLIENTE NELLA GESTIONE DELLE RISORSE PUBBLICHE
<b>Area Strategica</b>	TRASPARENZA ED ECONOMICITA' DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	1.ADEGUAMENTO ALL'EVOLUZIONE DEL CONTESTO NORMATIVO CON RIF. AL D.LGS 150/2009; 2.COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER CON NUOVO PROCESSO DI PARTECIPAZIONE PREVISTO DAL D. LGS 150/2009
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Miglioramento Performance dell'Ente
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	1) PERFORMANCE ENTE IN AUMENTO (Performance 2011 < Performance 2012 < Performance 2013); 2) MIGLIORAMENTO QUALITA' DEI SERVIZI (Customer Satisfaction triennio 2011-13 > Customer Satisfaction triennio 2008-10);
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	CICLO DELLA PERFORMANCE
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	CUSTOMER SATISFACTION
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	LIVELLO DI PERFORMANCE DELL'ENTE
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	Controllo di gestione

## Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	INNOVAZIONE AMMINISTRATIVA E MIGLIORAMENTO CONTINUO DEI SERVIZI
--	---

<b>Programma</b> Descrizione e finalità	CICLO DELLA PERFORMANCE
--	-------------------------

<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi
---

<b>1) Azione A PREDISPOSIZIONE SCHEDE DI REPORT (MISURAZIONE E VALUTAZIONE)</b>	
<b>Descrizione</b>	PREDISPOSIZIONE DELLE SCHEDE DI REPORT UTILI ALLA FASE DI RACCOLTA DATI, MISURAZIONE E VALUTAZIONE
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Controllo di gestione
<b>Responsabile</b>	Segretario generale
<b>Obiettivi operativi</b>	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
<b>Risultati attesi</b>	1) DEFINIZIONE SCHEDE DI REPORT ENTRO IL PRIMO QUADRIMESTRE DEL 2011; 2) DEFINIZIONE DI UNA PROCEDURA PER IL CONTROLLO DI GESTIONE ENTRO IL PRIMO SEMESTRE DEL 2011
<b>Budget</b>	
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile di Servizio e di UF Controllo di gestione
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	SCHEDE DI REPORT DEFINITE NEI TERMINI (SI/NO)
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	PROCEDURA DEFINITA NEI TERMINI (SI/NO)

<b>2) Azione B COORDINAMENTO RACCOLTA DATI</b>	
<b>Descrizione</b>	CLASSIFICAZIONE DELLE INFORMAZIONI PER AREA DI PERTINENZA E RACCOLTA DATI NEI TEMPI PREVISTI DALLA NORMATIVA.
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Controllo di gestione
<b>Responsabile</b>	Segretario generale
<b>Obiettivi operativi</b>	ASSICURARE IL TEMPESTIVO AGGIORNAMENTO DEI DATI SULLA BASE DELLE SCADENZE NORMATIVE E/O PREVISTE DALLA PROCEDURA INTERNA
<b>Risultati attesi</b>	MINIMIZZAZIONE DEI RITARDI NELL'AGGIORNAMENTO DATI (RITARDO < 15 GG)
<b>Budget</b>	
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabili Controllo di gestione e personale addetto Segreteria generale
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	GG RITARDO RISPETTO ALLA SCADENZA (NORMATIVA O PROCEDURALE)

### Scheda di Programmazione Strategica

<b>Linea Strategica</b>	EFFICIENZA AMMINISTRATIVA E L'ORIENTAMENTO AL CLIENTE NELLA GESTIONE DELLE RISORSE PUBBLICHE
<b>Area Strategica</b>	TRASPARENZA ED ECONOMICITA' DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	ADEGUAMENTO ALL'EVOLUZIONE DEL CONTESTO NORMATIVO CON RIF. AL D.LGS 150/2009 RELATIVAMENTE ALLA TRASPARENZA E AL MIGLIORAMENTO DELLA COMUNICAZIONE ESTERNA.
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Attuazione Programma Triennale per la Trasparenza e l'Integrità
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	RAGGIUNGIMENTO DELLA TRASPARENZA DELL'ENTE RICHIESTA DALLA NORMATIVA (OBIETTIVI, STRUMENTI, RISULTATI, RISORSE,ECC..)
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	PROGRAMMA TRIENNALE DELLA TRASPARENZA E DELL'INTEGRITA'
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	GRADO DI ATTUAZIONE PROGRAMMA TRIENNALE PER LA TRASPARENZA
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	

### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	TRASPARENZA DELLA PERFORMANCE DELL'ENTE
--	---

<b>Programma</b> Descrizione e finalità	PROGRAMMA TRIENNALE DELLA TRASPARENZA E DELL'INTEGRITA'
--	---

<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi
---

<b>1) Azione A</b>	<b>INDIVIDUAZIONE DI UN RESPONSABILE DEL PROGRAMMA TRASPARENZA</b>
Descrizione	Individuazione del responsabile unico per la gestione delle attività del Programma
Unità operativa di riferimento	
Responsabile	Segretario Generale
Obiettivi operativi	Presidiare adeguatamente le attività legate alla Trasparenza
Risultati attesi	Il responsabile sia individuato entro 30 giorni dall'adozione del piano
Risorse umane coinvolte	Segretario Generale
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Effettiva individuazione del Responsabile (ON/OFF)

<b>2) Azione B</b>	<b>PROCESSO DI GESTIONE PROGRAMMA TRASPARENZA</b>
Descrizione	Definizione di una procedura di gestione del Programma Triennale della Trasparenza
Unità operativa di riferimento	Responsabile Programma
Responsabile	Responsabile Programma
Obiettivi operativi	Realizzazione di un processo di gestione del lavoro legato al Programma di Trasparenza
Risultati attesi	Definizione di uno scadenziario di azioni in funzione del Programma
Risorse umane coinvolte	Responsabile Programma
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Effettiva realizzazione dello scadenziario (ON/OFF)
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Livello di attuazione del Programma (2011)

<b>3) Azione C</b>	<b>GIORNATE DELLA TRASPARENZA E FORMAZIONE INTERNA SULLA TRASPARENZA</b>
Descrizione	Pianificazione e realizzazione delle giornate della trasparenza e della formazione interna sulle tematiche della trasparenza
Unità operativa di riferimento	Responsabile Programma
Responsabile	Responsabile Programma
Obiettivi operativi	Formalizzazione di un'agenda di incontri; organizzazione degli incontri; misurazione del livello di efficacia e gradimento delle giornate
Risultati attesi	1) Realizzazione di un incontro a semestre. 2) Realizzazione della giornata formativa al personale camerale
Risorse umane coinvolte	Responsabile del Programma, personale camerale
<b>5) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Effettiva realizzazione di ognuna delle iniziative (ON/OFF)
<b>6) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Livello di gradimento > 75%

<b>3) Azione D</b>	<b>PUBBLICAZIONE ED AGGIORNAMENTO DATI SUL SITO</b>
Descrizione	Attività legate alla gestione e manutenzione (aggiornamenti e nuovi inserimenti di dati) della sezione Trasparenza, Valutazione e Merito
Unità operativa di riferimento	Responsabile Programma
Responsabile del coordinamento	Responsabile Programma
Responsabile della fornitura dei dati	Responsabili di Ufficio
Obiettivi operativi	Adeguamento della struttura e dei contenuti della sezione "Trasparenza, Valutazione e Merito" alle specifiche normative
Risultati attesi	1) Primo caricamento dei dati entro tre mesi dall'approvazione del Programma. 2) Aggiornamenti semestrali
Budget	
Risorse umane coinvolte	Responsabile del Programma
<b>7) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Effettiva pubblicazione/aggiornamento (ON/OFF)

### Scheda di Programmazione Strategica

<b>Linea Strategica</b>	EFFICIENZA AMMINISTRATIVA
<b>Area Strategica</b>	TRASPARENZA ED ECONOMICITA' DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	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
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Monitorare i fatti estintivi delle obbligazioni, riducendo i costi per i casi di erronea emissione di atti ingiuntivi e ruoli
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitati in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Riduzione degli sgravi di cartelle esattoriali ed aumento del numero delle Ordinanze-ingiunzioni legittimamente emesse
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	Economicità dell'azione amministrativa entro il periodo di vigenza della programmazione triennale
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero di posizioni a ruolo per le quali è stato effettuato lo sgravio / ntotale delle posizioni a ruolo
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	(Numero ordinanze annullate / numero ordinanze emesse nel triennio 2011-2013) / (Numero ordinanze annullate / numero ordinanze emesse nel triennio 2008-2010)
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	Servizio V - Ufficio Sanzioni Amministrative



## Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	Ridurre i costi per emissione di atti ingiuntivi da annullare
--	---

<b>Programma</b> Descrizione e finalità	Al fine di rendere più efficiente la gestione del procedimento sanzionatorio ex L.689/81, 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, contenzioso, ecc.)
--	---

<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi
---

<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	Verificare attraverso il sistema PUNTOFISCO il pagamento delle sanzioni erariali dei verbali, effettuato con il mod F23, e presso la Ragioneria dell'Ente gli altri pagamenti per sanzioni
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Servizio V - Ufficio sanzioni amministrative
<b>Responsabile</b>	Dirigente area amministrativo promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	Eliminazione di lacune documentali ad evitare una doppia imposizione
<b>Risultati attesi</b>	Azzeramento delle ordinanze emesse ed annullate per via di pagamenti liberatori non comunicati
<b>Budget</b>	//
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile U.F. e due addetti U.F.
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero delle ordinanze annullate per via di pagamenti liberatori non comunicati / numero ordinanze emesse

### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	RIDURRE I CASI DI MANCATO PAGAMENTO PER MOTIVI ESTINTIVI ATTRAVERSO IL CONTROLLO PERIODICO TELEMATICO DEI REPORT DELL'AGENZIA DI RISCOSSIONE
--	--

<b>Programma</b> Descrizione e finalità	Analizzando i report prodotti 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 divenuti definitivamente inesigibili per cause esterne all'attività dell'Ente
--	--

<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi
---

<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	Verificare lo stato dei ruoli mediante il collegamento telematico RENDIWEB con Equitalia. Intervenire per le eventuali correzioni o emissione di provvedimenti di sgravio.
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Ufficio sanzioni amministrative
<b>Responsabile</b>	Dirigente area amministrativo promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	1) Utilizzare i sistemi informatici nel controllo documentale 2) Operare eventuali correzioni negli elementi identificativi dei debitori 3) Annullare le posizioni che si rivelano definitivamente inesigibili
<b>Risultati attesi</b>	Tempestività e semplificazione delle attività di verifica dello stato dei ruoli e riduzione dei costi
<b>Budget</b>	//
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile UF e n. 2 addetti UF
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero di giorni per l'utilizzazione di Rendiweb / 60
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	

### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	Favorire la crescente cultura della legalità, la promozione della libera concorrenza tra le imprese e la promozione di servizi e prodotti delle stesse. Fornire il supporto tecnico e informativo necessario alle imprese che intendano avvalersi delle manifestazioni a premio quale veicolo promozionale della loro attività.
--	---

<b>Programma</b> Descrizione e finalità	1) Supporto alle Imprese che intendano promuovere i propri prodotti attraverso le manifestazioni a premio. 2) Potenziamento dei rapporti di collaborazione fra l'Ente e gli Organi accertatori e verifica tempestiva dei verbali di accertamento al fine di incrementare la capacità dissuasiva ed educativa delle imprese. 3) Curare al meglio i contenziosi in corso, onde evitare inutili aggravii di lavoro e di costo.
--	---

<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi
---

<b>1) Azione A</b>	
Descrizione	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.
Unità operativa di riferimento	Servizio V - Ufficio sanzioni amministrative
Responsabile	Dirigente Area amministrativo promozionale
Obiettivi operativi	Applicare i sistemi informatici alla produzione ed al controllo documentale
Risultati attesi	Tempestività e semplificazione delle attività
Budget	//
Risorse umane coinvolte	Responsabile UF

<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	gg per la richiesta di attivazione del dispositivo di firma informatica < 30
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Tempi medi di evasione di una richiesta di intervento per la assegnazione dei premi, completa di tutti i documenti

<b>2) Azione B</b>	
Descrizione	Ottimizzazione del procedimento sanzionatorio. 1) Espletamento dell'attività istruttoria relativamente ai verbali di violazione amministrativa pervenuti nel corso del biennio antecedente. 2) Intensificazione del dialogo con i vari organi accertatori (Registro delle Imprese, Guardia di Finanza, NAS, etc.).
Unità operativa di riferimento	Servizio V - Ufficio sanzioni amministrative
Responsabile	Dr.ssa Floriana Palladini
Obiettivi operativi	Convocare/sentire l'organo accertatore in sede di audizione
Risultati attesi	1) Emissione delle ordinanze di ingiunzione o di archiviazione per i verbali elevati nel biennio antecedente. 2) Ottenere una più approfondita istruttoria per una migliore motivazione delle ordinanze da emettere, nonché fornire ai Verbalizzanti strumenti conoscitivi ulteriori.
Budget	//
Risorse umane coinvolte	Responsabile UF e n. 2 addetti UF

<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Totale ordinanze di ingiunzione o di archiviazione emesse / totale verbali elevati nel biennio antecedente
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Tempo medio di emissione di una ordinanza di ingiunzione o di archiviazione

<b>3) Azione C</b>	
Descrizione	Potenziamento delle procedure di perseguimento degli illeciti amministrativi nel contenzioso tributario. Analisi approfondita delle motivazioni su cui vertono i ricorsi presentati in 1° grado, al fine di evitare un inutile aggravio in termini di costi
Unità operativa di riferimento	Servizio V - Ufficio sanzioni amministrative
Responsabile	Dirigente Area amministrativo promozionale
Obiettivi operativi	1) Evitare l'appello delle sentenze sfavorevoli all'Ente su motivi che risultano fondati. 2) Creare una casistica di riferimento nella redazione delle ordinanze e delle controdeduzioni.
Risultati attesi	Riduzione del contenzioso
Budget	//
Risorse umane coinvolte	Responsabile UF e n. 1 addetto UF

<b>5) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Rapporto del numero dei ricorsi presentati sul numero delle costituzioni in giudizio
<b>6) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero sentenze di 1° grado negative per l'Ente / numero di ricorsi presentati

## C.4 GESTIONE RISORSE UMANE, ECONOMICHE FINANZIARIE E PATRIMONIALI

<b>Scheda di Programmazione Strategica</b>	
<b>Linea Strategica</b>	EFFICIENZA AMMINISTRATIVA, ORIENTAMENTO AL CLIENTE NELLA GESTIONE DELLE RISORSE PUBBLICHE
<b>Area Strategica</b>	GESTIONE RISORSE UMANE, ECONOMICHE, FINANZIARIE E PATRIMONIALI
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	Le continue innovazioni normative ed, in generale, la mutazione del contesto in cui si trova ad operare la P.A. anche in relazione alla percezione esterna, impone un corrispondente aggiornamento delle competenze e delle professionalità dei dipendenti pubblici. In particolare, la Camera di Commercio, già storicamente punto di raccordo fra la P.A. ed il mondo produttivo, ha acquisito altre competenze che la pongono come interlocutore primario per il soddisfacimento di bisogni diversi da quelli di carattere eminentemente economico. Per questo, è divenuta pressante l'esigenza di adeguare le competenze del personale camerale, dotandolo degli strumenti professionali che lo rendano più flessibile e proattivo.
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	1) Sviluppare competenze manageriali ed organizzative. 2) Aggiornare costantemente le competenze tecnico-professionali. 3) Favorire relazioni positive e la collaborazione all'interno dell'Ente.
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitati in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Numero medio annuo di giornate di formazione su competenze manageriali e tecnico-professionali per dipendente = 1 Numero dipendenti partecipanti a corsi di formazione/addestramento nel triennio > 70%
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	Miglioramento dell'efficienza amministrativa e dell'azione amministrativa della Camera di Commercio entro il periodo di vigenza della programmazione triennale
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero totale giornate di formazione su competenze manageriali / numero dipendenti
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero totale giornate di formazione/addestramento su competenze tecnico-professionali / numero dipendenti
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero dipendenti partecipanti a corsi di formazione/addestramento nel triennio / numero dipendenti
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	Servizio V - Ufficio Personale

### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	1) Sviluppare competenze manageriali ed organizzative; 2) Favorire relazioni positive e la collaborazione all'interno dell'Ente.
--	--

<b>Programma</b> Descrizione e finalità	Formazione/addestramento del personale, sia presso strutture esterne che interne. Creazione delle condizioni ottimali per un allineamento delle professionalità interne alle mutevoli esigenze del contesto socio-economico territoriale. Ulteriore effetto dell'attività di formazione programmata è la volontà di rivalutare il ruolo del dipendente pubblico, nella sua veste di parte attiva dell'azione pubblica al servizio della società.
--	--

<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi
---

<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	Diffusione delle proposte formative presso i Capi Servizio, raccolta e valutazione delle adesioni e svolgimento degli adempimenti conseguenti (compilazione modello Mod 1 Formazione, foglio elettronico riassuntivo dei corsi, determinazione dirigenziale, gestione trasferta eventuale, seguiti stipendiali)
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Ufficio Personale
<b>Responsabile</b>	Dirigente area amministrativo promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	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
<b>Risultati attesi</b>	Numero di giornate di formazione su competenze manageriali e tecnico-professionali per dipendente = 1 Numero dipendenti partecipanti a corsi di formazione/addestramento nel triennio > 70%
<b>Budget</b>	20.000,00
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile servizio/U.F. e addetti U.F.
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero totale giornate di formazione su competenze manageriali / numero dipendenti
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero totale giornate di formazione/addestramento su competenze tecnico-professionali / numero dipendenti

### Scheda di Programmazione Strategica

<b>Linea Strategica</b>	EFFICIENZA AMMINISTRATIVA E ORIENTAMENTO AL CLIENTE NELLA GESTIONE DELLE RISORSE PUBBLICHE
<b>Area Strategica</b>	GESTIONE RISORSE UMANE, ECONOMICHE FINANZIARIE E PATRIMONIALI
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	GARANTIRE IL TEMPESTIVO PAGAMENTO DELLE SOMME DOVUTE PER SOMMINISTRAZIONI, FORNITURE ED APPALTI IN APPLICAZIONE A QUANTO DISPOSTO DALL'ART.9 DEL D.L. 1 LUGLIO 2009, N.78, CONVERTITO CON MODIFICAZIONI NELLA LEGGE 102/2009.  DISPORRE DI DATI AMMINISTRATIVO/CONTABILI AGGIORNATI E DETTAGLIATI PER POTER AGGIORNARE LA PROGRAMMAZIONE DEGLI INTERVENTI ECONOMICI NONCHE' AL FINE DI ATTUARE POLITICHE DI RECUPERO CREDITI E DI MONITORAGGIO DELLA SPESA.
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	MIGLIORARE LA GESTIONE DEI PAGAMENTI AL FINE DI NON GRAVARE CON COSTI AGGIUNTIVI SULLE IMPRESE; MIGLIORARE LA CONTABILITA' CAMERALE AL FINE DI DISPORRE DI INFORMAZIONI SEMPRE AGGIORNATE SU COSTI, RICAVI, INVESTIMENTI, SITUAZIONE FINANZIARIA E PATRIMONIALE DELL'ENTE
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	ENTRO IL TRIENNIO (2011-13) IL TEMPO MEDIO DI PAGAMENTO DEI FORNITORI <= 30 GG ASSICURARE UN AGGIORNAMENTO DELLA CONTABILITA' ENTRO 60 GG
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	1) GESTIONE DEI PAGAMENTI 2) GESTIONE DEL SISTEMA DEI DATI CONTABILI
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	TEMPO MEDIO DEI PAGAMENTI
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	N PAGAMENTI OLTRE 30GG / NUMERO PAGAMENTI
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	N GG NECESSARI PER L'AGGIORNAMENTO DELLA CONTABILITA' / 60GG
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	RAGIONERIA

<b>Scheda di Programmazione Operativa</b>	
<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	MIGLIORARE LA GESTIONE DEI PAGAMENTI
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	GESTIONE DEI PAGAMENTI
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	
<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	DEFINIZIONE DELLO STRUMENTO OPERATIVO PER IL MONITORAGGIO DEI TEMPI DI PAGAMENTO, DA CUI SI EVINCA LA DATA DI ARRIVO ALL'UFFICIO RAGIONERIA, LA DATA DI SMISTAMENTO AI RESPONSABILI DELLA LIQUIDAZIONE, LA DATA DI RITORNO ALL'UFFICIO RAGIONERIA PER IL MANDATO DI PAGAMENTO
<b>Unità operativa di riferimento</b>	RAGIONERIA
<b>Responsabile</b>	Dirigente Area amministrativo promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	DEFINIRE E COLLAUDARE LA STRUMENTAZIONE NECESSARIA AL MONITORAGGIO DELLA GESTIONE DEI PAGAMENTI
<b>Risultati attesi</b>	STRUMENTAZIONE PER IL MONITORAGGIO DEI TEMPI DI PAGAMENTO FUNZIONANTE ENTRO 90GG DALL'INIZIO ATTIVITA'
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabili Servizio e U.F.
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	N. GG PER L'ATTIVAZIONE DELLO STRUMENTO DI MONITORAGGIO / 90 GG
<b>2) Azione B</b>	
<b>Descrizione</b>	SMISTAMENTO TEMPESTIVO AI RESPONSABILI DELLA LIQUIDAZIONE ED EMISSIONE CELERE DEI RELATIVI MANDATI DI PAGAMENTO
<b>Unità operativa di riferimento</b>	RAGIONERIA
<b>Responsabile</b>	Dirigente Area amministrativo promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	MIGLIORAMENTO DEI TEMPI DI PAGAMENTO
<b>Risultati attesi</b>	RIDUZIONE DEL 5% DEI TEMPI DI PAGAMENTO RISPETTO AL 2010 RIDUZIONE DEL 50% DI PAGAMENTI OLTRE I 30GG RISPETTO AL 2010
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabili Servizio / U.F. e n. 1 addetto all'U.F.
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	TEMPO MEDIO DI PAGAMENTO CONSIDERANDO IL 1° TIMBRO DI ARRIVO ALL'UFFICIO DI RAGIONERIA
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	NUMERO DI PAGAMENTI OLTRE I 30GG / TOTALE NUMERO PAGAMENTI
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	NUMERO PAGAMENTI OLTRE 30GG NEL 2011/NUMERO PAGAMENTI OLTRE 30GG NEL 2010

<b>Scheda di Programmazione Operativa</b>	
<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	MIGLIORARE L'ALLINEAMENTO DELLA CONTABILITA' INTERNA CON I SALDI DELL'ISTITUTO CASSIERE
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	GESTIONE DEL SISTEMA DEI DATI CONTABILI
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	
<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	REGOLARIZZAZIONE A SCADENZA MENSILE DEGLI INCASSI PER DIRITTO ANNUALE RIVERSATI SUL CONTO CORRENTE BANCARIO DALLA AGENZIA DELLE ENTRATE E DA EQUITALIA
<b>Unità operativa di riferimento</b>	RAGIONERIA
<b>Responsabile</b>	Dirigente Area amministrativo promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	DISPORRE DI DATI CONTABILI SULLE ENTRATE AGGIORNATI
<b>Risultati attesi</b>	DATI SUGLI INCASSI AGGIORNATI ENTRO 30GG
<b>Budget</b>	
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabili Servizio / U.F. e n. 1 addetto all'U.F.
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	N GG IMPIEGATI PER AGGIORNAMENTO / 30GG



<b>Scheda di Programmazione Strategica</b>	
<b>Linea Strategica</b>	EFFICIENZA AMMINISTRATIVA ED ORIENTAMENTO AL CLIENTE NELLA GESTIONE DELLE RISORSE PUBBLICHE
<b>Area Strategica</b>	GESTIONE RISORSE UMANE, ECONOMICHE FINANZIARIE E PATRIMONIALI
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	Necessità di acquisire notizie tempestive sull'andamento della riscossione dei crediti attraverso un puntuale riscontro delle contabili in entrata e pulizia preventiva e successiva dei registri di ruolo
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	MIGLIORE GESTIONE DEL CREDITO PER DIRITTO ANNUALE
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitati in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	MAGGIORE TEMPESTIVITA' NELLA REGOLARIZZAZIONE DELLE CONTABILI IN ENTRATA RELATIVE AI CREDITI DEL DIRITTO ANNUALE PULIZIA DEL REGISTRO RUOLI
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	Economicità dell'azione amministrativa.
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	DIMINUZIONE DEGLI ANNULLAMENTI DELLE CARTELLE
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	ALLINEAMENTO DEGLI IMPORTI RISULTANTI SUL CONTO CORRENTE BANCARIO CON LE REGISTRAZIONI DI BILANCIO
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	DIRITTO ANNUALE

### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	MIGLIORE GESTIONE DEL CREDITO PER DIRITTO ANNUALE
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	ECONOMICITA' DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	
<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	DETTAGLIO TEMPESTIVO DELLE CONTABILI IN ENTRATA RELATIVE ALLA RISCOSSIONE DEI CREDITI DEL DIRITTO ANNUALE
<b>Unità operativa di riferimento</b>	UFFICIO DIRITTO ANNUALE
<b>Responsabile</b>	Dirigente Area amministrativo promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	AGGIORNARE CON CADENZA MENSILE GLI IMPORTI RISULTANTI DAL C/C BANCARIO E RIVERSATI DAGLI AGENTI DELLA RISCOSSIONE
<b>Risultati attesi</b>	RIALLINEAMENTO ENTRATE PER DIRITTO ANNUALE C/C BANCARIO ENTRO 30GG
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile UF Dir. Annuale e n. 1 unità personale addetto UF Ragioneria
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	N. GG medi di registrazione in contabilità / 30GG
<b>2) Azione B</b>	
<b>Descrizione</b>	PULIZIA DEL RUOLO ATTRAVERSO CONTROLLI PREVENTIVI E SUCCESSIVI
<b>Unità operativa di riferimento</b>	UFFICIO DIRITTO ANNUALE
<b>Responsabile</b>	Dirigente Area amministrativo promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	MIGLIORAMENTO DELL'ATTENDIBILITA' DEL CREDITO RISULTANTE DALL'ULTIMO ANNO ISCRITTO A RUOLO
<b>Risultati attesi</b>	DIMINUZIONE DEI PROVVEDIMENTI DI ANNULLAMENTO SULL'ULTIMO ANNO ISCRITTO A RUOLO
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile UF e n. 2 unità personale addetto UF
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	numero cartelle annullate sui ruoli emessi nel periodo (2011)/numero di cartelle annullate sui ruoli emessi nel 2010

<b>Scheda di Programmazione Strategica</b>	
<b>Linea Strategica</b>	EFFICIENZA AMMINISTRATIVA ED ORIENTAMENTO AL CLIENTE NELLA GESTIONE DELLE RISORSE PUBBLICHE
<b>Area Strategica</b>	TRASPARENZA ED ECONOMICITA' DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	Necessità di intensificare la comunicazione nei confronti delle imprese (e relativi intermediari) non in regola con il pagamento del diritto annuale allo scopo di dare maggior evidenza dei possibili vantaggi previsti da una tempestiva regolarizzazione dei versamenti mancanti: sanzione ridotta prevista dal ravvedimento operoso, sblocco della certificazione, inibizione dell'iscrizione a ruolo.
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	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
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	AUMENTO INCASSI SUI CREDITI PREGRESSI NON ANCORA ISCRITTI A RUOLO RISPETTO AL TRIENNIO PRECEDENTE AUMENTO INCASSI DEL DIRITTO ANNUALE DI COMPETENZA RISPETTO ALLA MEDIA DEL TRIENNIO PRECEDENTE RIDUZIONE DEGLI IMPORTI COMPLESSIVI ISCRITTI A RUOLO RISPETTO ALLA MEDIA DEL TRIENNIO PRECEDENTE RIDUZIONE DELLE POSIZIONI ISCRITTE A RUOLO RISPETTO ALLA MEDIA DEL TRIENNIO PRECEDENTE DIMINUIZIONE NEL PERIODO (2011-13) DELLA MEDIA DEGLI ANNULLAMENTI DELLE CARTELLE RISPETTO AL 2010 ALLINEAMENTO DEGLI IMPORTI RISULTANTI SUL CONTO CORRENTE BANCARIO CON LE REGISTRAZIONI DI BILANCIO ENTRO 30GG
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	Economicità dell'azione amministrativa.
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
1) KPI di monitoraggio e valutazione	riscossione media dei crediti pregressi non ancora scritti a ruolo (2011-2013)/riscossione dei crediti pregressi non ancora scritti a ruolo (2010)
2) KPI di monitoraggio e valutazione	importo complessivo medio iscritto a ruolo (2011-2013)/importo complessivo iscritto a ruolo (2010)
3) KPI di monitoraggio e valutazione	incasso medio del diritto annuale di competenza (2011-2013) / incasso del diritto annuale di competenza (2010)
4) KPI di monitoraggio e valutazione	Numero medio delle informative tornate al mittente (2011-2013) / Numero delle informative tornate al mittente (2010)
5) KPI di monitoraggio e valutazione	Numero medio delle posizioni iscritte a ruolo (2011-2013) / Numero delle posizioni iscritte a ruolo (2010)
6) KPI di monitoraggio e valutazione	numero cartelle annullate mediamente sui ruoli emessi nel periodo (2011 - 13)/numero di cartelle annullate sui ruoli emessi nel 2010
7) KPI di monitoraggio e valutazione	N. GG medi di registrazione in contabilità / 30GG
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	Diritto Annuale
<b>Budget previsto</b> (Costi esterni)	
<b>Note</b>	

### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	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
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	ECONOMICITA' DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	
<b>1) Azione A</b>	
<b>Descrizione</b>	INTENSIFICARE LA COMUNICAZIONE PREVENTIVA ALL'UTENZA (IMPRESE E INTERMEDIARI) RELATIVA ALLE SCADENZE FORMALI DEL DIRITTO ANNUALE IN COMPETENZA E CON RAVVEDIMENTO OPEROSO
<b>Unità operativa di riferimento</b>	UFFICIO DIRITTO ANNUALE
<b>Responsabile</b>	Dirigente Area amministrativo promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	MIGLIORARE LA RISCOSSIONE DEL DIRITTO ANNUALE DI COMPETENZA
<b>Risultati attesi</b>	INCREMENTO INCASSI COMPLESSIVI RISULTANTI DAI VERSAMENTI DELL'AGENZIA DELLE ENTRATE RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile UF
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	incasso del diritto annuale di competenza (2011) / incasso del diritto annuale di competenza (2010)
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	incasso totale del DA risultante dai versamenti all'agenzia delle entrate (2011) / incasso totale del DA risultante dai versamenti all'agenzia delle entrate (2010)
<b>2) Azione B</b>	
<b>Descrizione</b>	INTENSIFICARE LA COMUNICAZIONE DIRETTA CON LE IMPRESE CHE HANNO OMESSO DI PAGARE IL DIRITTO ANNUALE DELL'ANNO PRECEDENTE E QUELLA CON ALTRE CAMERE DI COMMERCIO PER IL RECUPERO DEL DIRITTO ANNUALE ERRONEAMENTE VERSATO FUORI PROVINCIA
<b>Unità operativa di riferimento</b>	UFFICIO DIRITTO ANNUALE
<b>Responsabile</b>	Dirigente Area amministrativo promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	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
<b>Risultati attesi</b>	INCREMENTO DELLA PERCENTUALE DI INCASSO DEL DIRITTO ANNO 2010
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabile UF e n. 2 unità personale addetto UF
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Grado di riscossione 2011 / grado di riscossione 2010

**D RAFFORZAMENTO DEL RUOLO E DELL'IMMAGINE ISTITUZIONALE  
DELL'ENTE QUALE AGENTE DELLO SVILUPPO LOCALE**

**D.1 COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE**

**D.2 PALAZZO DELL' ECONOMIA**

## D.1 COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

Scheda di Programmazione Strategica	
<b>Linea Strategica</b>	Rafforzamento del ruolo e dell'immagine istituzionale dell'Ente quale agente dello sviluppo locale.
<b>Area Strategica</b>	Comunicazione istituzionale - Studi e Ricerche Economiche
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	Gli operatori economici, le altre Istituzioni, le Associazioni di categoria e in generale la pubblica opinione hanno necessità di conoscere sia informazioni generali sull'andamento della situazione economica provinciale, sia eventualmente elaborazioni statistiche settoriali su argomenti specifici
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	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)
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Intensificare la diffusione dell'informazione statistico-economica nel triennio 2011-2013 rispetto al biennio 2009-2010 sia in termini di quantità di informazioni elaborate e diffuse, sia in termini di numero di soggetti destinatari
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	Rafforzamento del ruolo e dell'immagine istituzionale dell'Ente quale agente dello sviluppo locale. Studi e ricerche Economiche
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	1) numero di soggetti destinatari delle informazioni statistiche nel triennio 2011-2013 / numero di soggetti destinatari delle informazioni statistiche nel biennio 2009-2010
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	2) numero medio annuo elaborazioni statistiche fornite nel triennio 2011-2013 / numero medio annuo elaborazioni statistiche fornite nel biennio 2009-2010
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	U.F. Studi e Statistica

### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	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)
<b>Programma</b> Descrizione e finalità	Rafforzamento del ruolo e dell'immagine istituzionale dell'Ente quale agente dello sviluppo locale. Studi e ricerche Economiche
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	Studi e Ricerche Economiche.
<b>1) Azione A</b>	<b>Anagrafica richiedenti elaborazioni statistiche</b>
<b>Descrizione</b>	Realizzare una anagrafica dei soggetti che hanno richiesto nel biennio precedente 2009-2010 elaborazioni statistiche particolari e settoriali. Inserire nell'anagrafica i principali soggetti portatori di interesse a livello provinciale (Istituzioni locali, Associazioni di categoria, Scuole e Università)
<b>Unità operativa di riferimento</b>	U.F. Studi e Statistica
<b>Responsabile</b>	Dirigente Area amministrativo - promozionale
<b>Obiettivi operativi</b>	Realizzare una anagrafica dei soggetti richiedenti e attivare con loro un flusso costante di informazioni sulle principali ricerche economiche condotte dall'Ente
<b>Risultati attesi</b>	1. predisporre l'anagrafica dei destinatari dell'informazione economico-statistica entro 180 gg dall'inizio dell'esercizio
<b>Budget</b>	
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Responsabili Servizio e U.F. e personale addetto U.F.
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	1) Numero gg intercorsi per il completamento dell'anagrafica dei destinatari dell'informazione economico-statistica / 180
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	2) numero elaborazioni statistiche fornite a soggetti terzi nel 2011 / numero elaborazioni statistiche fornite a soggetti terzi nel 2010

### Scheda di Programmazione Strategica

<b>Linea Strategica</b>	Rafforzamento del ruolo e dell'immagine istituzionale dell'Ente
<b>Area Strategica</b>	Comunicazione istituzionale
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	Una significativa percentuale delle imprese percepisce ancora la Camera di Commercio come sola erogatrice di servizi amministrativi e non ha ancora una buona conoscenza delle numerose altre azioni intraprese a sostegno dello sviluppo del territorio e del sistema imprenditoriale. Occorre pertanto comunicare un'immagine dinamica di un Ente attento alle esigenze del territorio e delle imprese e soprattutto di moderna pubblica amministrazione, pronta a dare risposte alle esigenze di cambiamento.
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	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.
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitati in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Aumento di contatti attraverso il portale web della CCIAA del 15% nel triennio 2011-2013. Realizzazione e presentazione di un bilancio di mandato entro il 30/10/2011.
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	Comunicazione istituzionale
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	numero medio di contatti annui portale web (2011-2013) / numero medio di contatti annui portale (2009-2010)
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	n. gg necessari alla realizzazione e presentazione del bilancio di mandato / 300
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	Staff del Segretario generale



### Scheda di Programmazione Operativa

<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	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.
--	---

<b>Programma</b> Descrizione e finalità	comunicazione istituzionale
--	-----------------------------

<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi
---

<b>1) Azione A</b>	
Descrizione	Valorizzazione del portale web della CCIAA di Frosinone
Unità operativa di riferimento	URP - Webmaster
Responsabile	Segretario generale
Obiettivi operativi	Maggiore diffusione delle informazioni sulle iniziative ed i servizi dell'Ente
Risultati attesi	Aumento degli accessi al portale web della CCIAA del 5% nel 2011 rispetto all'anno precedente
Budget	
Risorse umane coinvolte	Uffici Staff Segretario generale e Webmaster
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	numero di contatti portale web 2011 / numero di contatti portale 2010

<b>2) Azione B</b>	
Descrizione	CRM - Qualificazione imprese nel Database
Unità operativa di riferimento	Servizio/UF URP
Responsabile	Segretario generale
Obiettivi operativi	Incrementare il numero di imprese presenti nel database
Risultati attesi	Almeno 100 nuove imprese
Budget	
Risorse umane coinvolte	Responsabili Servizio /UF U.R.P. - n. 1 unità personale addetto Segreteria generale
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero nuove imprese inserite nel database CRM / 100

## D.2 PALAZZO DELL' ECONOMIA

<b>Scheda di Programmazione Strategica</b>	
<b>Linea Strategica</b>	RAFFORZAMENTO DEL RUOLO E DELL'IMMAGINE ISTITUZIONALE DELL'ENTE QUALE AGENTE DELLO SVILUPPO LOCALE
<b>Area Strategica</b>	PALAZZO DELL' ECONOMIA
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	Si è reso necessario valorizzare il patrimonio immobiliare dell'ente attraverso la ristrutturazione del "Palazzo dell'economia" in modo che rappresenti il "Faro istituzionale della provincia di Frosinone.
<b>Obiettivo strategico</b> (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	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
<b>Risultati attesi</b> (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Livello medio di utilizzo della sala convegni pari a circa 15% in più rispetto al 2010
<b>Piano strategico dei programmi pluriennali e principali scadenze previste</b>	PALAZZO DELL' ECONOMIA
<b>KPI</b> (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	numero gg di utilizzo /220
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	numero di eventi medio triennio (2011-13)/ numero di eventi 2010
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	
<b>Budget previsto</b> (Costi esterni)	
<b>Note</b>	

<b>Scheda di Programmazione Operativa</b>	
<b>Obiettivo strategico</b> Denominazione	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
<b>Programma – 4.2</b> Descrizione e finalità	PALAZZO DELL'ECONOMIA
<b>Azioni</b> Progetti, iniziative, contributi	
<b>1) Azione A – 4.2.1</b>	
Descrizione	Evento speciale di inaugurazione del Palazzo dell'Economia
Unità operativa di riferimento	Provveditorato
Responsabile	Dirigente Area amministrativo promozionale
Obiettivi operativi	R realizzazione evento speciale di inaugurazione.
Risultati attesi	R realizzazione evento speciale di inaugurazione entro 300gg (entro il 30 ottobre) dall'inizio dell'esercizio R ispetto del budget
Budget	
Risorse umane coinvolte	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero gg per la realizzazione evento / 300
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Costi sostenuti / costi previsti
<b>2) Azione B – 4.2.2</b>	
Descrizione	Progetto di allestimento del Palazzo dell'Economia
Unità operativa di riferimento	Provveditorato
Responsabile	Dirigente Area amministrativo promozionale
Obiettivi operativi	R realizzazione progetto allestimento nuova sede.
Risultati attesi	Completamento degli allestimenti entro 240gg (30 agosto) dall'inizio dell'esercizio R ispetto del budget
Budget	€ 500.000,00
Risorse umane coinvolte	R esponsabile Servizio/UF e addetti UF
<b>3) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Numero gg per la realizzazione evento / 240
<b>4) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	Costi sostenuti / costi previsti