



Piano della Performance 2013 - 2015

Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura
Frosinone



Presentazione del Piano e Indice	3
Sintesi delle informazioni di interesse per i cittadini e gli stakeholder esterni.....	4
L'Amministrazione in cifre.....	6
Mandato istituzionale e Missione	7
Chi siamo	9
Cosa facciamo	10
Come operiamo.....	11
Analisi del contesto	12
Analisi del contesto esterno	12
Il quadro normativo e l'adeguamento al cambiamento istituzionale	26
Analisi del contesto interno	27
Albero della performance.....	33
Il processo seguito e le azioni di miglioramento del Ciclo di gestione della Performance.....	33
Fasi, soggetti e tempi del processo di redazione del Piano	33
Coerenza con la programmazione economico-finanziaria e di bilancio	34
Azioni per il miglioramento del Ciclo di gestione delle performance.....	34
Allegati tecnici.....	35

Presentazione del Piano e Indice

L'evoluzione della pubblica amministrazione, da un modello puramente erogatore di servizi a soggetto capace di interagire con tutti gli Organismi siano essi istituzionali che economici presenti sul territorio, ha fatto sì che l'Ente assumesse impegni concreti in termini di definizione di linee strategiche e programmatiche attraverso la cui attuazione compiere il pieno raggiungimento della propria mission istituzionale.

Il programma di azione della Camera di Commercio trae origine dalle linee fissate nel Programma Pluriennale 2012-2017, nella Relazione Previsionale e Programmatica, nel Preventivo economico e nel Budget direzionale relativi all'anno 2013 e da tali documenti deriva i propri contenuti.

Il Piano considera da un lato la necessità di assicurare l'efficienza dell'azione amministrativa per garantire all'utente/cliente servizi di qualità, da cui discende l'obbligo di investire nell'organizzazione interna per la semplificazione, l'ammodernamento e lo snellimento delle procedure, dall'altro la necessità di sostenere ed accrescere la competitività del tessuto economico imprenditoriale con azioni in grado di contrastare la situazione di profonda crisi economica.

Sono state quindi individuate alcune linee strategiche di intervento:

- Efficienza ed economicità dei servizi e rafforzamento delle relazioni istituzionali*
- Competitività e produttività delle imprese*
- Competitività ed attrattività del territorio*

In un quadro di incertezze istituzionali, normative e soprattutto nella prospettiva di dover affrontare un anno ancora denso di difficoltà economiche, la Camera di Commercio con determinazione di intervento sul tessuto economico locale si pone l'obiettivo di sostenere misure incisive per l'ammodernamento del territorio e del sistema imprenditoriale, indirizzando la propria azione verso una forte accelerazione per la diffusione del digitale e per una riduzione delle distanze delle imprese e del cittadino rispetto alla Pubblica Amministrazione, impegnandosi ad essere Istituzione di riferimento anche per gli altri Enti ed Organismi territoriali. Essa intende, altresì, contribuire a rigenerare il tessuto imprenditoriale con gli strumenti suoi propri, tendendo

una rete di protezione e di sostegno con nuovi sportelli integrati, anche in raccordo con le Associazioni di impresa, con servizi telematici più veloci, vigilando sull'equità delle regole, facendo incontrare domanda e offerta di lavoro e professionalità, avvalorando il ruolo dei giovani e del sistema scolastico, tutelando la qualità, valorizzando il territorio, trovando sempre nuove strade per indirizzare le produzioni verso nuovi mercati.

Secondo quanto previsto dall'art.10 comma 1 del DLGS 150/2009 il presente Piano della Performance ha lo scopo di assicurare "la qualità, la comprensibilità ed attendibilità dei documenti di rappresentazione della performance". La "qualità della rappresentazione della performance" viene garantita attraverso l'esplicitazione del processo e delle modalità con le quali sono stati formulati gli obiettivi di questa Amministrazione e la loro articolazione. La "comprensibilità della rappresentazione della performance" viene garantita dal presente documento attraverso l'esplicitazione del legame tra i bisogni della collettività, la missione istituzionale, le priorità politiche, le strategie, gli obiettivi e gli indicatori dell'amministrazione. La garanzia di una facile lettura del piano favorisce la comprensione della performance dell'Ente intesa come risposta ai bisogni della collettività. Infine, "l'attendibilità della rappresentazione della performance" viene assicurata dalla verificabilità ex-post della correttezza metodologica del processo di pianificazione (principi, fasi, temi e soggetti) e delle sue risultanze (obiettivi, indicatori, risultati attesi).

Oltre a rispettare i requisiti previsti dal DLGS 150/2009, il Piano della Performance diviene un mezzo utile all'ottenimento di importanti vantaggi a livello organizzativo e gestionale consentendo di individuare ed incorporare le attese degli stakeholder, favorire una effettiva rendicontazione e trasparenza, facilitando i meccanismi di comunicazione interna ed esterna, e migliorare il coordinamento tra le diverse funzioni e strutture organizzative.

Sintesi delle informazioni di interesse per i cittadini e gli stakeholder esterni

Il processo di redazione del Piano della Performance si inserisce nell'ambito del più complessivo processo di pianificazione strategica e programmazione operativa dell'Ente. Il punto di partenza del processo, a livello strategico, è il Programma Pluriennale. Tale programma è elaborato ed approvato dal Consiglio, con il supporto della struttura tecnica della Camera, all'atto del suo insediamento ed ha come orizzonte di pianificazione il mandato dell'organo politico-amministrativo. In questo documento viene definito il mandato istituzionale, la vision e la mission dell'Ente e le priorità strategiche da realizzare nell'ambito del mandato. Sulla base delle priorità strategiche definite nel programma pluriennale è stato predisposto il Piano della Performance, attraverso le indicazioni fornite dagli organi di indirizzo, coinvolgendo il management dell'Ente Camerale.

Il processo è stato realizzato partendo dai documenti di programmazione (RPP, preventivo economico e budget direzionale) e mutuando dagli stessi, con le opportune integrazioni, il Piano della Performance.



L'Amministrazione in cifre

Sedi della Camera di Commercio e delle sue Aziende speciali

CCIAA	Città ed indirizzo	Sito internet e PEC	Recapiti telefonici
FROSINONE	Frosinone Viale Roma, snc	www.fr.camcom.it cciaa@fr.legalmail.camcom.it	Tel. 0775/2751 Fax.0775/270442
FROSINONE	Cassino Via Guglielmo Marconi, 10	www.fr.camcom.it	Tel. 0776/312216
FROSINONE	Sora Piazza San Lorenzo	www.fr.camcom.it	Tel. 0776/824656
Innova Azienda Speciale Servizi e Formazione – Sede Amministrativa	Frosinone Viale Roma,9	www.innova.fr.it	Tel. 0775/824193 Fax.0775/823583
Innova Azienda Speciale Servizi e Formazione – Centro di Formazione Professionale	Frosinone Via Marittima, 461	www.innova.fr.it innovafrosinone@legalmail.it	Tel. 0775/201531 Fax.0775/201531
Aspin – Azienda speciale internazionalizzazione	Frosinone Viale Roma, 9	www.aspin.fr.it aspinfrosinone@legalmail.it	Tel. 0775/270230 Fax 0775/874225

Personale

Personale complessivamente impiegato dalla CCIAA	n. 53 unità (compresi n. 1 Dirigente e n. 2 unità di personale in aspettativa)
Personale impiegato dall' Azienda Speciale della CCIAA - ASPIN	n. 4 unità a tempo indeterminato n. 1 unità a tempo determinato
Personale impiegato dall' Azienda Speciale della CCIAA - INNOVA	n. 8 unità contratto tempo indeterminato n. 1 unità contratto a progetto

Imprese iscritte e tasso di crescita

ANNO	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo	Stock al 31.12	Tasso di crescita
2009	2.988	3.367	- 379	45.490	- 0,82
2010	3.455	2.705	+750	46.256	+1,68 %
2011	2.900	2.502	+398	46.525	+0,86 %
2012	3.048	2.993	+55	46.607	+0,12%



Mandato istituzionale e Missione

Le camere di commercio svolgono, nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza, funzioni di supporto e di promozione degli interessi generali delle imprese e delle economie locali, nonché, fatte salve le competenze attribuite dalla Costituzione e dalle leggi dello Stato alle amministrazioni statali, alle regioni, e agli enti locali, funzioni nelle materie amministrative ed economiche relative al sistema delle imprese. Le camere di commercio, singolarmente o in forma associata, esercitano, inoltre, le funzioni ad esse delegate dallo Stato e dalle regioni, nonché i compiti derivanti da accordi o convenzioni internazionali, uniformando la loro azione al principio di sussidiarietà.

Nella definizione della vision i concetti chiave della cultura camerale, e cioè sviluppo, territorio, imprese, crescita, equilibrio, innovazione, servizio, mercato si intrecciano con l'espressione di altri imprescindibili valori immateriali, quali l'eticità e il rigore morale, la tutela e la crescita del patrimonio di saperi.

La Camera di Commercio di Frosinone, pertanto, vuole essere la casa delle imprese. Essa può e deve fare la sua parte per ammodernare il sistema imprenditoriale ed il territorio, accrescendone la sua attrattività ed il livello di competitività, dando un contributo concreto all'innovazione con una forte accelerazione e coordinamento dei processi per la più ampia diffusione del digitale, puntando ad accorciare le distanze delle imprese e del cittadino rispetto alla Pubblica Amministrazione, ed impegnandosi ad essere Istituzione di riferimento anche per gli altri Enti ed Organismi territoriali.

L'azione della Camera di Commercio di Frosinone poggia sulla capacità di ottimizzare l'utilizzo delle risorse per la realizzazione di progetti, operare con efficacia ed efficienza, moltiplicare le risorse immesse nel sistema economico locale e soprattutto indirizzare la definizione e l'attuazione delle politiche di sviluppo locale.

La Camera di Commercio è un luogo esprimere e sviluppare le proprie capacità, sia tra i collaboratori, le imprese ed i soggetti esterni, raggiungere obiettivi significativi e sfidanti e vedere riconosciuto il proprio contributo alla loro realizzazione.

Con i suoi atti di programmazione la Camera di Commercio, intende soddisfare queste molteplici esigenze e aspirazioni: vuole rappresentare un impegno fondamentale, una modalità di azione politica efficace e nello stesso tempo esprimere un'attenzione particolare al territorio con una visione avveniristica guidata da un approccio realistico.



La Camera di Commercio di Frosinone ha individuato la sua mission nell'impegno a contribuire alla modernizzazione del sistema istituzionale e alla competitività delle imprese; consolidare il ruolo di protagonista nelle politiche di sviluppo dell'economia locale e nei processi di riqualificazione dell'Amministrazione pubblica. Un impegno che trova nella storica capacità di leggere le esigenze del territorio e le richieste del mondo imprenditoriale i suoi punti di forza.

Un'istituzione moderna, aperta, attenta. Vicina ai sub-sistemi provinciali, di cui stimola la crescita e la coesione.

Essa può e deve fare la sua parte per innalzare il livello di competitività del territorio, agendo direttamente su molte leve sensibili, dall'internazionalizzazione al credito, dalle infrastrutture alla sostenibilità ambientale, dalla semplificazione al presidio delle regole, dall'incremento della produttività per sostenere l'occupazione e lo start up d'impresa all'innovazione, dalla valorizzazione delle risorse umane a una maggiore attenzione al ruolo dei giovani e del sistema scolastico, promuovendo la qualità delle filiere ed il turismo, sviluppando le capacità di lettura ed interpretazione delle esigenze del territorio e mettendo in primo piano la razionalizzazione delle proprie funzioni e l'adeguamento degli assetti organizzativi.

Attraverso interventi innovativi, e grazie ad un decentramento telematico e funzionale sempre più pressante, essa intende assicurare una presenza diffusa sul territorio, anche attraverso lo sviluppo di forme di collaborazione con le Associazioni di categoria. Verranno sviluppate forme sempre più strette di collaborazione tra mondo produttivo e mondo istituzionale; nuove aggregazioni tra imprese; servizi di valorizzazione dell'ingente patrimonio culturale, artistico, religioso, naturalistico e enogastronomico dei diversi contesti.

In linea con il principio della sussidiarietà, mediante il ricorso continuo al metodo della cooperazione con il Sistema camerale e con le Associazioni di categoria, l'Ente si propone sempre più come interlocutore privilegiato della Regione per la gestione delle funzioni rivolte alle imprese.

Per tradurre in fatti la sua aspirazione di motore di sviluppo, la Camera di Commercio di Frosinone conferma il suo impegno per elaborare verso l'esterno una vera e propria strategia di alleanze a vari livelli, allo scopo di individuare, insieme, i punti di forza e di debolezza del territorio.

La sua programmazione si inserisce in un percorso che raccoglie gli input segnalati dal territorio per l'elaborazione di politiche che sappiano fare emergere le potenzialità del sistema della provincia di Frosinone, al fine di esaltarne i punti di forza e le eccellenze. La Camera di Commercio non è dunque un semplice soggetto burocratico che eroga servizi previsti dalla norma, ma è una Istituzione che si qualifica per il proprio ruolo di motore di crescita.



Essa intende muoversi contemporaneamente in almeno due direzioni, sul fronte esterno e su quello interno.

Sul fronte esterno, appare indispensabile, partendo da una visione sistemica del contesto, dei suoi punti di forza e debolezza, delle sue prospettive future nei confronti di altre aree territoriali nazionali ed internazionali, elaborare una vera e propria strategia di alleanze ai vari livelli.

Sul piano interno, mettersi costantemente in discussione significa anche migliorare i processi interni, e saper costantemente orientare le attività nella direzione indicata dall'utenza.

Se questo è l'obiettivo ultimo, occorre in primo luogo puntare alla massima trasparenza, in modo da rendere l'operato della Camera immediatamente conoscibile da chiunque, portando avanti l'impegno di rendicontazione delle attività.

D'altra parte, in un'ottica di continuo miglioramento del servizio e di dialogo aperto con i cittadini, è sempre più necessario che l'Ente si metta nelle condizioni di conoscere il punto di vista degli utenti. Ciò porterà ad estendere l'indagine di customer satisfaction per rilevare il grado di soddisfazione dei diversi servizi erogati.

Presupposto fondamentale è che la struttura organizzativa sia adeguatamente attrezzata e che sia in grado non solo di assorbire il cambiamento continuo, ma anche di anticiparlo.

L'obiettivo ambizioso che l'Ente camerale si pone è quello di costruire attorno ai settori più rilevanti dell'economia provinciale, un modello virtuoso di crescita, i cui benefici possano essere condivisi dall'intero territorio, con un conseguente aumento del benessere economico diffuso.

La Camera di Commercio vuole proporsi nella veste di soggetto di stimolo e di aggregazione al fine di affrontare, congiuntamente a tutti gli attori provinciali e non solo, lo sviluppo dei temi che condizionano la crescita del benessere collettivo.

In tal modo, il soggetto pubblico potrà essere considerato come reale agente di sviluppo locale, in prima linea nella programmazione e nella pianificazione della crescita di un territorio.

Chi siamo

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



Cosa facciamo

Oggi, la Camera di Commercio è prima di tutto l'interlocutore di quasi 47.000 imprese che in provincia di Frosinone producono, trasportano o scambiano beni e servizi delle categorie economiche che le rappresentano. Ma è anche un'istituzione al servizio dei cittadini/consumatori, attiva accanto agli enti locali per lo sviluppo economico, sociale e culturale del territorio del frusinate.

La Camera di Commercio di Frosinone svolgerà, in sintesi, attività secondo tre linee strategiche:

- **Noi - Efficienza ed economicità dei servizi e rafforzamento delle relazioni istituzionali**

Il miglioramento del livello di efficienza dei servizi da rendere all'utenza, il rispetto della normativa in costante evoluzione, una sempre più estesa applicazione della telematizzazione, composizione delle controversie derivanti dalle relazioni economiche tra imprese e tra imprese e cittadini, unitamente al potenziamento delle attività di comunicazione e relazione istituzionale, rappresentano gli obiettivi strategici che l'Ente intende perseguire. Gli ambiti strategici di intervento riguardano:

Servizi amministrativi all'impresa e al cittadino

Regolazione del mercato e tutela del consumatore

Studi e ricerche economiche

Sviluppo organizzativo

Comunicazione e Relazioni istituzionali

- **Le Imprese - Competitività e produttività delle imprese:**

Miglioramento delle attività di promozione e informazione economica, sostegno alla competitività delle imprese, consolidamento e sviluppo della struttura del sistema economico locale (promozione dello sviluppo economico del territorio e monitoraggio), studio e analisi dei dati sull'economia locale sono gli obiettivi strategici da perseguire attraverso il sostegno di:

Credito

Sviluppo imprenditoriale

Innovazione

Formazione

Internazionalizzazione

- **Il Territorio - Competitività e attrattività del territorio**



L'attrazione degli investimenti, il miglioramento della qualità della vita e del territorio con una gestione intelligente della dimensione urbana, la riqualificazione del patrimonio locale e l'ammodernamento delle sue infrastrutture, la valorizzazione delle tipicità, del turismo provinciale e dell'ambiente sono gli obiettivi da perseguire mediante interventi nei seguenti ambiti strategici:

Marketing territoriale

Filiera del Turismo e valorizzazione integrata del territorio

Valorizzazione delle produzioni locali

Green economy

Infrastrutture

Come operiamo

La Camera di Commercio di Frosinone è amministrata da una Giunta, formata dal Presidente più 8 membri, eletta dal Consiglio, formato da 27 consiglieri espressi delle categorie economiche maggiormente rappresentative della provincia, dalle organizzazioni sindacali e dai consumatori.

La struttura amministrativa della Camera è guidata da un Segretario Generale. Essa si articola in 2 aree dirigenziali denominate "anagrafica-certificativa" e "amministrativa-promozionale" la cui responsabilità è assunta ad interim dal medesimo Segretario generale.

Il sistema allargato della Camera di Commercio prevede la presenza di 2 Aziende Speciali che operano nei settori dell'internazionalizzazione (Aspin) e della formazione (Innova).

L'attività della Camera di Commercio di Frosinone attraverso l'azione dell'Azienda Speciale Aspin è finalizzata alla diffusione di una cultura economica che permetta, sia al sistema delle imprese che a quello camerale frusinate, di consolidare ed accrescere la propria presenza e competitività sui mercati internazionali.

L'attività della Camera di Commercio di Frosinone attraverso l'azione dell'Azienda Speciale Innova si pone come obiettivo fondamentale quello di collaborare attivamente con le imprese del territorio mediante la formazione per migliorare la professionalità e la qualificazione delle risorse umane.

Analisi del contesto

Analisi del contesto esterno

I LO SCENARIO ECONOMICO NAZIONALE ED INTERNAZIONALE

Il quadro generale

Dopo l'estate 2012, la fase del ciclo economico mondiale si caratterizza per un rallentamento della crescita, dovuto alla perdita dello slancio degli scambi tra paesi ed, in generale, dalla riduzione degli ordini. I paesi asiatici mostrano minor vigore economico e gli Stati Uniti crescono a ritmi distanti dal proprio potenziale. All'interno dell'Unione europea, i paesi mediterranei sono alle prese con riforme strutturali, elevato debito pubblico e recessione; ne risentono anche gli altri paesi comunitari. Le incertezze sulla tenuta dell'Euro ed, in generale, sulla tenuta dell'Unione stessa, hanno condizionato incisivamente il clima economico generale.

Perdura la presenza di elementi ostativi alla crescita.

Attualmente, il mercato dei titoli finanziari è più stabile; probabilmente gli investitori percepiscono più solido l'Euro, in virtù della politica adottata dalla BCE e da alcuni Stati, tra cui l'Italia. Tuttavia, le perdite osservate nei mesi antecedenti si riflettono in un clima all'insegna della prudenza.

Le manovre del Governo adottate prima dell'inizio dell'estate, se da un lato hanno evitato importanti ripercussioni, e irrobustito la credibilità del nostro Paese, dall'altro non favoriscono la ripresa del Pil. La spending review contrae la spesa delle Pubbliche amministrazioni in un'ottica di riorientamento della stessa, ma nel breve periodo risulta recessiva. L'incremento al 21% dell'iva prima e l'innalzamento delle accise sui carburanti poi, chiaramente, condizionano al ribasso le decisioni di spesa.

Il sistema creditizio è risultato poco accessibile alle imprese minori, finanziariamente più fragili ed esposte alla riduzione del cash flow. Inoltre, gli elevati livelli di spread tra i Bund tedeschi ed i Btp italiani, hanno generato elevate disparità sui tassi di interesse che le imprese del nostro Paese devono sopportare. Ne risultano penalizzate sui mercati soprattutto le imprese che esportano.

Le imprese soffrono la contenuta redditività degli investimenti. L'elevato carico fiscale si riflette su un elevato livello di costo del lavoro per unità di prodotto. Ciò si sovrappone agli elevati livelli di competizione richiesti dal mercato, in un contesto di rigidità creditizia.

Tutti i settori sono colpiti dall'asfitticità di un circuito economico flebile; alcuni, soffrono il sovrapporsi della recessione a problemi strutturali, come l'agricoltura e le costruzioni (quest'ultimo settore in flessione dal 2007/2008). Anche le imprese più strutturate sono in sofferenza; per il 25% delle società di capitali, il 2011 si è rivelato in perdita.

In generale, la produzione industriale è in calo da settembre 2011 e, un anno dopo, il tasso di utilizzo degli impianti è sceso al di sotto del 70%.

Se le imprese sono in difficoltà, la disoccupazione è in crescita; a luglio 2012 si attesta al 10,7%. Con ogni evidenza, diminuendo il monte salari, la spesa

I fattori ostativi alla crescita



I numeri della recessione

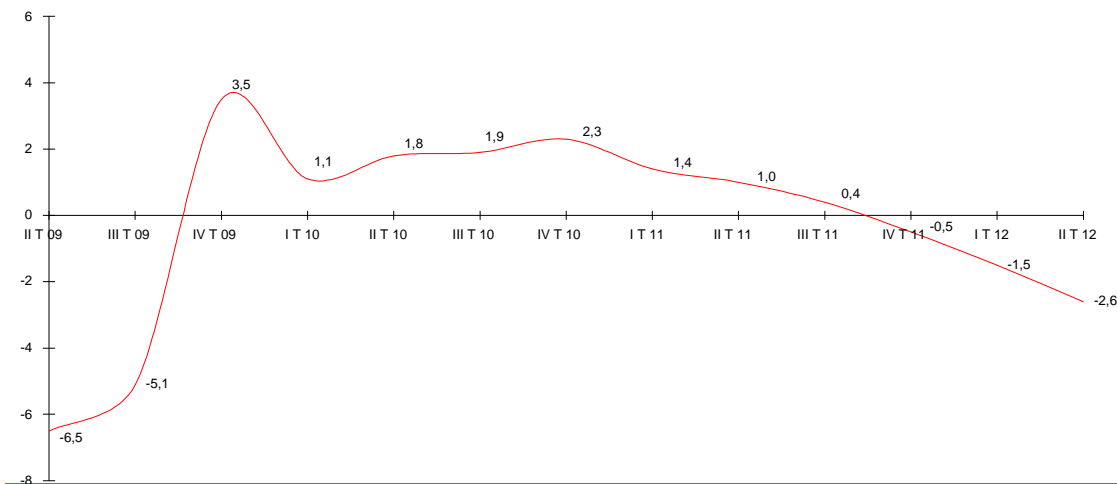
delle famiglie subisce una contrazione che, nel merito, è la più consistente dal dopoguerra e si protrae da tre trimestri.

Tra le variabili della domanda, il solo segno positivo resta quello delle esportazioni, ma la dinamica è modesta a causa della maggiore debolezza dei mercati più vicini. Ciò genera mancanza di liquidità all'interno delle imprese ed un atteggiamento cauto sul versante degli investimenti. Le famiglie adottano uno stile di vita diverso dal più recente passato, più orientato alla prudenza che al mantenimento degli standard di consumo precedentemente acquisiti.

Tali andamenti delle diverse variabili della domanda aggregata si riflettono in una flessione del Pil che perdura da tre trimestri e che, secondo il Documento Economico e Finanziario recentemente pubblicato, tende a diventare marcatamente più severa (secondo trim. 2012/secondo trim. 2011: Pil -2,6%).

Le previsioni per una ripresa si allontanano nel tempo; in particolare, i primi segnali di crescita si potranno intravedere a partire dall'estate 2013.

**Graf. 1 – Variazioni tendenziali del PIL italiano a prezzi di mercato (valori concatenati)
(in%; I trim. 2009 – I trim. 2012)**



Fonte: Istat

II L'ECONOMIA FRUSINATE NEL 2011 - 2012

La competitività del sistema produttivo locale passa attraverso la crescita patrimoniale-organizzativa del tessuto produttivo...

Nel 2010, mentre il Pil a prezzi di mercato cresce a livello nazionale dell'1,9% (Lazio: +1,6%), la provincia di Frosinone, sospinta da una evoluzione esportativa di tutto rilievo, segna un incremento del +3,1% collocandosi, a livello regionale, immediatamente dopo le province di Latina (+3,6%) e Rieti (+3,2%). Su tale dinamica positiva ha giocato un ruolo considerevole, oltre alla maggiore propensione all'export provinciale, la progressiva capitalizzazione del tessuto produttivo locale. Per entrambe le determinanti, tra di loro strettamente interconnesse, il trend evolutivo risulta altresì performante anche nel I semestre del 2012.

Sebbene a livello provinciale le ditte individuali e le società di persone

Il sistema imprenditoriale

...che riesce a garantire una maggiore presenza sui mercati esteri (anche su quelli emergenti)

rappresentino il 78% delle imprese totali, è visibile una sempre maggiore attitudine alla progressiva capitalizzazione del sistema produttivo locale. Tale tendenza trova conferma nel dato relativo alle società di capitali, il cui tasso di variazione ha visto un incremento, tra il 2010 ed il 2011, del 5,2% (la variazione tendenziale nel I semestre del 2012 risulta pari al +2,1%), un valore superiore al corrispondente dato del Lazio (+2,5% rispetto al 2010; +1,1 nel I semestre del 2012) e dell'Italia (2,6% rispetto al 2011; +1% nel I semestre del 2012).

La spinta alla capitalizzazione è una certa conseguenza dell'inasprimento competitivo che sta determinando un rafforzamento della base patrimoniale ed organizzativa delle imprese locali. In sostanza, le imprese del frusinate si stanno "attrezzando" per poter sostenere la presenza sui mercati internazionali, in particolare quelli dei Paesi emergenti, che ancora garantiscono un certo livello di esportazioni.

In ogni caso, nel I semestre del 2012, la provincia di Frosinone presenta uno stock di 46.454 imprese registrate. In particolare, l'84,8% delle imprese risulta in attività ed il bilancio demografico (imprese nate/imprese cessate), seppur contenuto, mostra un saldo positivo pari a 108 nuove unità. Tuttavia, l'analisi settoriale dei saldi evidenzia il perdurare di alcune difficoltà per il tessuto imprenditoriale locale. Ad esempio, dall'analisi di andamento delle imprese, si evince che, eccezione fatta per il settore agricoltura, silvicoltura e pesca, sia le attività manifatturiere che il settore del commercio registrano un bilancio demografico negativo (rispettivamente 57 e 94 unità), il primo in conseguenza della generale contrazione della domanda interna nazionale e il secondo per effetto della riduzione dei consumi delle famiglie del territorio. Permangono le difficoltà, inoltre, nel settore turistico (attività dei servizi di alloggio e di ristorazione) con una perdita di 33 unità.

Nel 2011, nonostante il rallentamento della crescita delle esportazioni rispetto all'anno precedente, sia per effetto della generalizzata riduzione del ritmo di crescita delle economie avanzate che per l'intonazione meno espansiva proveniente dai Paesi emergenti, le esportazioni della provincia di Frosinone sono aumentate del +15,5% (Lazio: +12,6%; Italia: +11,2%), mentre le importazioni si sono accresciute del +19,4%. Tali andamenti si riflettono poi sul saldo della bilancia commerciale provinciale che si mantiene in attivo e in crescita (in controtendenza rispetto al resto del Lazio e dell'Italia nel suo complesso), così come risulta positiva la propensione all'export (34,8%), il che significa che la crescita del Pil provinciale è significativamente influenzata dalle performance realizzate sui mercati esteri. Anche i dati inerenti al I semestre del 2012 consentono di rafforzare l'immagine già ampiamente diffusa di una provincia aperta all'estero. L'interscambio commerciale della provincia di Frosinone, infatti, registra una variazione tendenziale delle esportazioni del +12,2% (Italia: +4,3) e delle importazioni del +10,9% (Italia: -6%).

Il perdurare delle tensioni sul mercato dei titoli di Stato italiani – causate dal mantenimento di elevati differenziali tra i titoli nazionali e i Bund tedeschi – e il peggioramento del quadro macroeconomico nazionale e internazionale, hanno determinato un rallentamento dell'attività creditizia delle banche italiane nei primi sei mesi del 2012.

A livello locale, il frusinate si caratterizza, rispetto alle ripartizioni territoriali di confronto, per un rallentamento del deterioramento della qualità del credito: al II trimestre del 2012, le consistenze dei prestiti in sofferenza sono



Si riduce il deterioramento della qualità del credito a livello locale

Ancora elevato il costo del denaro per le imprese...

...tuttavia, sono proprio le imprese i principali destinatari dell'erogazione bancaria

Aumenta il disagio occupazionale

A fare le spese della crisi del mercato del lavoro sono soprattutto le donne

pari a 757 milioni di euro, il 4,8% in più rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, a fronte di variazioni più che doppie nel Lazio e in Italia.

Per quanto riguarda il costo del denaro, dall'analisi dei tassi effettivi di interesse per rischi a revoca praticati alle imprese ed alle famiglie, emergono, come già rimarcato nel precedente Osservatorio, squilibri molto rilevanti tra le due categorie di prenditori. Nel caso delle imprese, nel II trimestre del 2012, i tassi effettivi di interesse per rischi a revoca a livello provinciale (9,19%) hanno superato di un punto percentuale il valore nazionale (8,13%), ma di quasi un punto e mezzo percentuale il dato regionale (7,74%), traducendosi in una penalizzazione competitiva per le imprese locali. Per quanto riguarda le famiglie, il costo del denaro (4,77%) si è allineato alla media regionale (4,91%), collocandosi al di sotto di quella nazionale (5,61%). L'analisi dinamica dell'andamento degli impieghi, porta a rafforzare la tesi secondo cui il sistema creditizio locale è maggiormente propenso, rispetto al resto del Paese, ad immettere in circolazione più liquidità di quanto ne riesca a raccogliere tramite il risparmio.

Scomponendo il valore complessivo degli impieghi al II trimestre 2012 (7,3 miliardi di euro) per tipologia di affidati, si evince, in provincia di Frosinone, che le imprese sono i principali destinatari dell'erogazione bancaria, con 3,5 miliardi di euro, per un'incidenza sul totale degli impieghi pari al 48,6% (Lazio: 28,5%; Italia: 45,4%). Anche l'incidenza del credito indirizzato alle famiglie consumatrici è piuttosto sostenuto, 2,6 miliardi di euro, con una quota sul totale pari al 36,5%, superiore a quanto osservato a livello regionale (15,7%) e nazionale (26,1%).

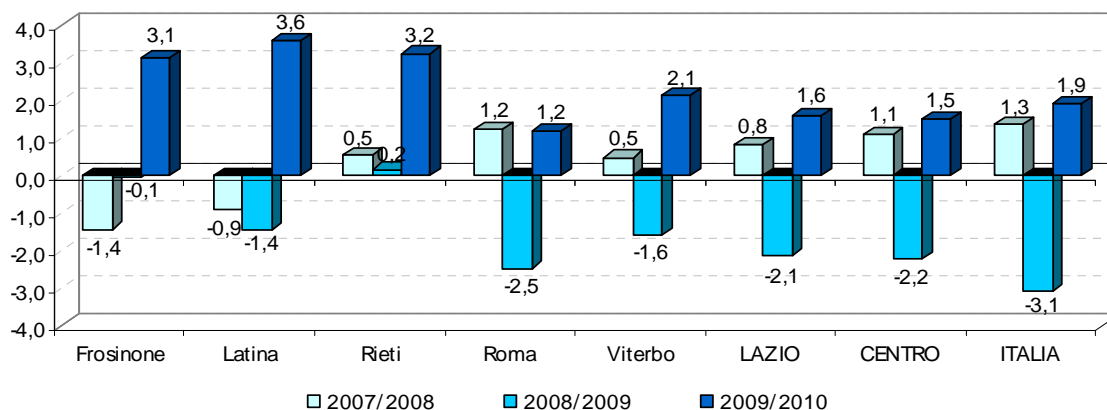
La crescita del prodotto, sostenuta da un sistema produttivo più competitivo rispetto ad altre realtà provinciali, si accompagna, tuttavia, ad alcune zone d'ombra.

Anche il mercato del lavoro sconta alcuni problemi strutturali con un potenziale di lavoro inutilizzato che resta, nel complesso, elevato.

L'andamento del numero di occupati ha subito, tra il 2008 ed il 2011, un decremento di 3.209 unità, pari al -1,9% (Lazio: +0,3%; Italia: -1,9%). Il numero di disoccupati fa rilevare un decremento pari al -2,6% che non trova corrispondenza né a livello regionale (+20,1%) né nazionale (+24,6%), a causa, con molta probabilità, di un aumento di quanti non cercano lavoro perché scoraggiati ovvero non sono più disponibili a lavorare in quanto sono andati in pensione. È evidente, quindi, una crescente sfiducia della popolazione attiva circa la possibilità di trovare un lavoro in una fase economica ancora incerta, che induce molti disoccupati a rallentare/interrompere i tentativi di ricerca.

Coerentemente con tale evoluzione, l'assorbimento dell'offerta di lavoro, che è espressione del tasso di occupazione (rapporto tra gli occupati e la popolazione di età 15-64 anni), si riduce al 50,3% nel 2011, a fronte di un valore pari al 58,8% per il Lazio e al 56,9% per l'Italia. Da considerare, inoltre, che nella suddivisione del mercato del lavoro per genere, i tassi di occupazione/disoccupazione del 2011 continuano a mettere in rilievo una marginalizzazione del lavoro femminile.

Graf. 2 - Variazione annua della stima del Prodotto interno lordo ai prezzi di mercato nelle province laziali, nel Lazio, nel Centro ed in Italia (2008 - 2010; valori in %)



Fonte: Unioncamere - Istituto G. Tagliacarne

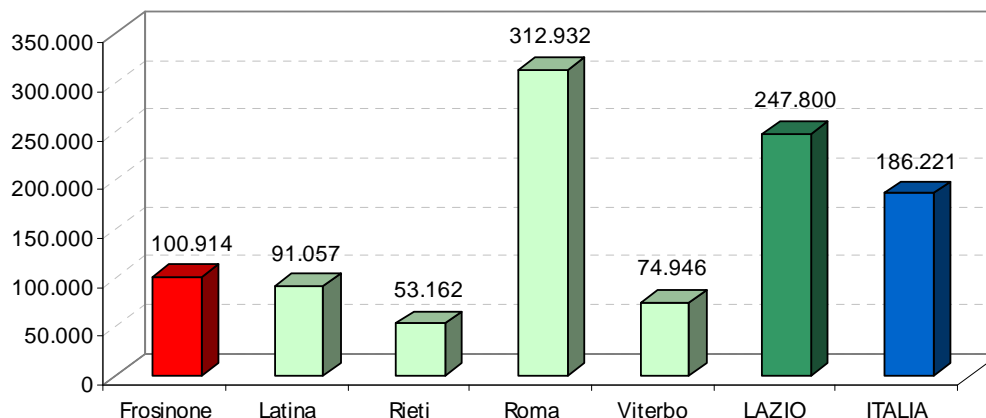
Tab. 1 - Tassi effettivi di interesse per rischi a revoca* per localizzazione della clientela nelle province laziali, nel Lazio ed in Italia (Il trimestre 2012; in %)

	Famiglie consumatrici	Imprese	Totale
Frosinone	4,77	9,19	8,76
Latina	4,78	10,28	9,82
Rieti	8,03	10,08	9,69
Roma	4,86	7,58	6,56
Viterbo	7,62	8,09	7,51
LAZIO	4,91	7,74	6,74
ITALIA	5,61	8,13	6,83
Diff. Frosinone/ITALIA	-0,84	1,06	1,93

* Categoria di censimento della Centrale dei Rischi nella quale confluiscono le aperture di credito in conto corrente (es. fidi)

Fonte: Elaborazioni Istituto Tagliacarne su dati Banca d'Italia

Graf. 2 - Impieghi medi delle imprese nelle province laziali, nel Lazio ed in Italia (valori assoluti in euro al 30/06/2012)



Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Banca d'Italia

Il contributo dei settori

Analizzando l'evoluzione complessiva del Pil nel triennio 2008-2010, è possibile osservare come il sistema economico della provincia di Frosinone abbia realizzato performance migliori sia rispetto alle altre realtà provinciali del Lazio che al resto del Paese.

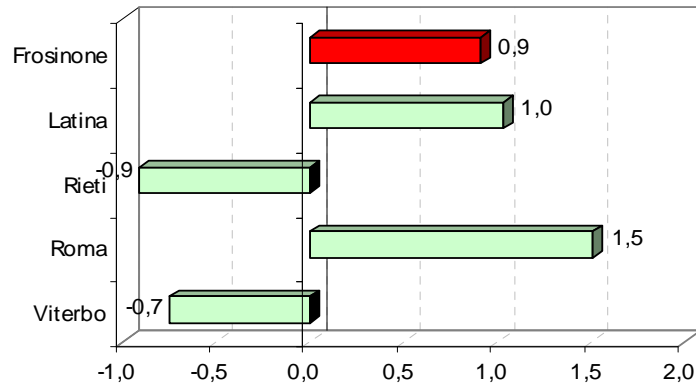
Dal punto di vista della creazione della ricchezza, il dettaglio settoriale esalta la vocazione industriale del frusinate con un settore manifatturiero che incide sulla formazione del valore aggiunto provinciale con una quota pari al 18,1%, in linea con il dato nazionale (18,8%), ma superiore a quello regionale (8,5%). Di rilievo, inoltre, il peso del settore edile che contribuisce per il 10,8% al valore aggiunto provinciale (a fronte del 6,5% del Lazio e del 6,1% dell'Italia).

Più contenuto, a maggior ragione se rapportato al dato medio regionale (84%) e nazionale (73,2%), è l'apporto dei servizi, che registrano un'incidenza sul totale della ricchezza provinciale pari al 69,7%. Il settore primario, infine, contribuisce con una quota pari all'1,5%, superiore al valore regionale (1,1%) e dell'Italia centrale (1,4%), ma inferiore al dato nazionale (1,9%).

Anche la stima sul tasso di variazione biennale 2011/2010 permane in area positiva (+0,9%), ma la crescita risulta più debole rispetto ai dati delle province di Roma (+1,5%) e Latina (+1%).

Tali stime indicano come la provincia di Frosinone stia sperimentando un rallentamento della crescita negli ultimi due anni; il 2011 si configurerebbe come un anno di assoluta stazionarietà.

**Graf. 3 - Stime biennali di andamento del valore aggiunto nelle province laziali
(2011/2010; valori in %)**



Fonte: Prometeia

Un trend evolutivo positivo per il Pil pro capite che tuttavia permane al di sotto della media regionale e nazionale

Tali dinamiche si traducono nella distribuzione media di ricchezza (Pil pro capite) che, nell'ultimo triennio, ha fatto registrare in provincia una variazione del +2,6%, in controtendenza rispetto a quanto osservato a livello regionale (-2,5%) e nazionale (-2,3%); inoltre, rispetto al 2007, la provincia guadagna cinque posizioni nella graduatoria nazionale, collocandosi al 61-esimo posto, con un Pil pro capite pari a 23.584 euro che, tuttavia, permane inferiore alla media regionale (29.449 euro) e nazionale (25.727 euro). Ponendo uguale a 100 il valore nazionale vediamo che Frosinone si attesta, terza nel Lazio, su un valore pari a 91,7 dopo le province di Roma (123,2) e Latina (93).

Passando a considerare il livello medio di ricchezza del tessuto sociale locale, nel 2010, il valore del patrimonio delle famiglie del frusinate si è attestato sui 61.715 milioni di euro, collocando la provincia al 68-esimo posto nella graduatoria nazionale per valore medio del patrimonio, con un numero indice pari ad 82,1 (N.I. Italia= 100).

Tali dati mostrano una importante discrasia tra livelli di Pil per abitante e patrimonio delle famiglie pro capite, sottolineando come permangano importanti squilibri nella distribuzione della ricchezza provinciale.

La composizione interna dell'attivo patrimoniale delle famiglie del frusinate è caratterizzata da una netta prevalenza delle attività reali (immobili e terreni), superiore alla media nazionale (Italia: 63,2%; Frosinone: 65,7%), mentre per quanto concerne la ripartizione delle attività finanziarie – sostanzialmente in linea con la composizione regionale – la provincia di Frosinone fa osservare, rispetto al dato medio nazionale, un'incidenza dei depositi superiore di 2 punti e, di conseguenza, un minor peso dei valori mobiliari (Frosinone: 14,3%; Italia: 18,1%).

Il volume di affari generato dalle famiglie della provincia di Frosinone per consumi finali è risultato, nel 2010, pari a 5.838 milioni di euro, con una composizione della spesa in cui emerge una maggiore incidenza dei consumi alimentari (20,1%) rispetto alla media regionale

La ricchezza delle famiglie

La spesa pro capite nel



frusinate si accresce in misura maggiore

(15,8%) e nazionale (17,2%). Di conseguenza, la destinazione non alimentare assorbe solo il 79,9% dei consumi totali (Lazio: 84,2%; Italia: 82,8%), a testimonianza di un modello di consumo ancorato ai beni primari ed irrinunciabili.

In tale ambito, la peculiarità del frusinate è ben evidenziata anche dall'osservazione dei dati sulla spesa pro capite delle famiglie che – con 11.722 euro spesi per abitante – colloca la provincia di Frosinone all'ultimo posto a livello regionale (Lazio: 16.783 euro; Italia: 15.660), nonostante l'analisi dinamica evidenzia come, nell'ultimo biennio, la spesa pro capite provinciale sia cresciuta in misura nettamente maggiore (4,3%), sia rispetto alla variazione regionale (3,3%) che nazionale (2,5%).

Scomponendo la spesa pro capite delle famiglie in capitoli di acquisto, si ricava che oltre alla spesa per alimenti, anche quella in mobili, elettrodomestici, mezzi di trasporto e beni vari risulta superiore di due punti percentuali a quella media regionale e di quasi tre punti e mezzo a quella nazionale, a discapito del settore dei servizi.

Tab. 2 - Stima del Pil pro capite a prezzi correnti nell'anno 2010 e variazioni rispetto al 2008 nelle province laziali, nel Lazio ed in Italia (valori assoluti ed in %)

	2010			Differenza posizione rispetto al 2007	Variazione % Pil pro capite 2010/2008
	Posizione in graduatoria nazionale	Pro capite (euro)	Numero Indice (Italia=100)		
Frosinone	61	23.584	91,7	5	2,6
Latina	60	23.920	93,0	2	-0,2
Rieti	67	22.709	88,3	3	1,9
Roma	10	31.689	123,2	-3	-3,4
Viterbo	69	22.270	86,6	-1	-1,4
LAZIO	-	29.449	114,5	-	-2,5
ITALIA	-	25.727	100,0	-	-2,3

Fonte: Unioncamere - Istituto G. Tagliacarne

Tab. 3 - Graduatoria provinciale secondo il valore medio in euro del patrimonio per famiglia nel 2010 e differenza con il 2008

	Anno 2010			Differenza posizione con il 2008	Variazione % per famiglia 2010/2008
	Posizione in graduatoria	Per famiglia (euro)	Numeri indici (ITA=100)		
Frosinone	68	311.085	82,1	-1	-2,4
Latina	65	317.745	83,9	1	-3,4
Rieti	69	309.538	81,7	2	-0,8
Roma	42	407.873	107,7	-2	-2,8
Viterbo	64	335.048	88,5	0	-2,0
LAZIO	-	383.822	101,3	-	-2,7
ITALIA	-	378.790	100,0	-	-1,9

Fonte: Unioncamere - Istituto G. Tagliacarne

Il sistema infrastrutturale

Il sistema produttivo locale, come già evidenziato, si caratterizza per una significativa propensione all'esportazione che contribuisce, insieme al credito, allo sviluppo dell'area. Tuttavia, alcuni fattori specifici dell'assetto territoriale continuano ad esercitare effetti negativi sulla competitività dal lato dell'offerta, ad iniziare da una dotazione infrastrutturale non ancora sufficientemente sviluppata. A ben vedere, se dal lato della rete stradale il territorio provinciale detiene – almeno dal punto di vista quantitativo – il primo posto a livello regionale, con un indice (199,9) superiore alla media nazionale e al dato del centro Italia, per quanto riguarda la rete ferroviaria (N.I. 57,7), viceversa, la provincia risulta piuttosto deficitaria, collocandosi al quarto posto su scala regionale e nettamente distante dalla media nazionale. Da sottolineare poi l'inadeguatezza delle reti energetico-ambientali (59,1), i servizi a banda larga (70,5) e le strutture per le imprese (69,8). I servizi a banda larga, in particolare, rischiano di isolare il sistema produttivo del frusinate dalle potenzialità di sviluppo che l'economia della conoscenza pone a disposizione.

Integrazione delle filiere e networking

Un auspicabile miglioramento dei servizi alle imprese ed adeguate azioni di networking e aggregazione, potrebbero favorire le scelte di internazionalizzazione delle imprese di minore dimensione, come quelle dell'agroalimentare che, pur incidendo per il 13,4% sul totale delle imprese manifatturiere, non risultano debitamente internazionalizzate.

Gli indici di performance del turismo

Inoltre, in un'ottica di integrazione delle filiere locali, il settore turistico provinciale evidenzia ampie potenzialità di sviluppo che, se adeguatamente mobilitate, potrebbero attivare interconnessioni settoriali e di filiera (artigianato, agricoltura ed agroindustria, servizi di trasporto, commercio tipico, ecc.). Nel 2010, la provincia di Frosinone ha occupato il 66-esimo posto per indice di concentrazione turistica, con un rapporto tra il numero di arrivi sul totale della popolazione pari all'85,9% (Italia: 163%). Rispetto al 2009, risulta accresciuta la capacità di attrarre turisti: l'indice di internazionalizzazione, infatti, la colloca al 32-esimo posto, con una percentuale del 39,3%, contro una media nazionale del 44,3%. Per quanto riguarda l'indice di permanenza media (2,6%), la 85-esima posizione lascia ipotizzare una tipologia di turismo di breve durata, anche se in crescita rispetto all'anno precedente. La qualità alberghiera, invece, risulta peggiorata facendo scendere la provincia di due posizioni nella graduatoria nazionale (93-esimo posto).



Tab. 4 - Indicatori di dotazione infrastrutturale nelle province laziali, nel Lazio, ed in Italia (2011; N.I. Italia = 100)

	Rete stradale	Rete ferroviaria	Porti	Aeroporti	Reti energetico ambientali	Servizi a banda larga
Frosinone	199,9	57,7	0,0	29,8	59,1	70,5
Latina	38,2	80,9	110,2	37,0	216,3	107,2
Rieti	130,7	42,1	0,0	67,4	53,1	28,0
Roma	77,7	156,3	109,1	506,7	108,3	166,9
Viterbo	74,9	169,5	0,8	70,1	62,2	52,3
LAZIO	92,0	129,0	75,6	316,1	104,6	125,4
ITALIA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	Strutt. per le imprese	Strutture culturali	Strutture istruzione	Strutture sanitarie	TOTALE	TOTALE SENZA PORTI
Frosinone	69,8	91,1	90,9	75,0	74,4	82,7
Latina	79,7	55,8	95,2	72,2	89,3	87,0
Rieti	46,9	43,8	41,6	29,0	48,2	53,6
Roma	187,8	372,5	180,5	214,7	208,1	219,1
Viterbo	47,8	50,2	79,5	55,7	66,3	73,6
LAZIO	135,5	240,4	137,7	149,1	150,5	158,9
ITALIA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

Tab. 5 - I principali indicatori turistici della provincia di Frosinone e posizione nella graduatoria nazionale delle province (2010; valori %)

Pos.	Percentuale		Percentuale
Indice di internazionalizzazione turistica (arrivi stranieri / totale arrivi)			
32	Frosinone	39,3	ITALIA 44,3
Indice di permanenza media (presenze / arrivi)			
85	Frosinone	2,6	ITALIA 3,8
Indice di qualità alberghiera (alberghi 4-5 stelle / totale alberghi)			
93	Frosinone	10,5	ITALIA 16,0
Indice di concentrazione turistica (arrivi / popolazione)			
66	Frosinone	85,9	ITALIA 163,0

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Istat

III LE POLITICHE POSSIBILI

Un territorio di frontiera

Nonostante l'evoluzione strutturale conseguita dalla provincia di Frosinone negli scorsi anni, con la conseguente convergenza di alcuni fondamentali economici verso gli standard nazionali, il territorio rimane contraddistinto da ampi squilibri interni ed esterni. In particolare, il sud del Lazio è il luogo dove in Italia si consuma il più ampio divario nella distribuzione della ricchezza (in un'area piuttosto ristretta); nel dettaglio, se il Pil pro capite della provincia di Roma si attesta, nel 2010, al 123,2% della media nazionale, quello di Caserta al 62%. Chiaramente, Frosinone e Latina vivono all'interno del proprio territorio provinciale ampi squilibri nella distribuzione dei redditi, esponendo il tessuto economico e sociale, tra l'altro, ad infiltrazioni criminali ed all'espansione del sommerso.

Competitività e marginalizzazione

Nello specifico della provincia di Frosinone, tali squilibri mostrano come il territorio viva situazioni produttive assolutamente differenti, con alcuni settori, imprese e sub-aree che affermano la propria competitività e altri che scontano processi di marginalizzazione ed isolamento del circuito produttivo. Osservando il fenomeno da altra angolazione, i divari interni di competitività e ricchezza non sono altro che il riflesso di una distribuzione di attività produttive e dotazioni infrastrutturali molto differenziate, come sono differenti le politiche necessarie per riequilibrare il complesso dei fattori.

Gli obiettivi auspicabili

Peraltro, il sostanziale pareggio del Pil nel 2011 potrebbe prefigurare l'inizio di una nuova fase del ciclo piuttosto incerta o, comunque, all'insegna della ricerca di nuovi parametri di competitività.

Gli obiettivi di una politica di sviluppo/rilancio, dunque, dovrebbero ruotare attorno ai seguenti cardini:

- riattivazione dei flussi economici della provincia;
- adeguamento dei fattori strutturali del territorio;
- incremento della competitività delle imprese.

In tal senso, i fattori di competitività da sostenere con strategie di sviluppo trasversali sono rappresentati da:

- innovazione tecnologica (non solo per il settore manifatturiero);
- internazionalizzazione per le PMI (in modo da redistribuire i proventi conseguiti sui mercati esteri in maniera più omogenea);
- qualità e diffusione dei sistemi di certificazione (per essere maggiormente riconoscibili in termini di brand);
- incremento della spesa delle famiglie sul territorio.

Le politiche possibili

Se si concorda con tale visione di obiettivi e strategie, le politiche di sviluppo da porre in essere da parte del Sistema delle Camere di

*Le aggregazioni di
impresa*

commercio per un territorio complesso ed articolato come la provincia di Frosinone potrebbero vertere sui seguenti assi:

- Aggregazioni di imprese;
- Credito e confidi;
- Turismo integrato;
- Semplificazione burocratica;
- Infrastrutture e trasporti.

Il livello attuale di competizione richiesta dai mercati –interno ed esterni- impone un elevato livello di patrimonializzazione, flessibilità e know how, che spesso le piccole e medie imprese non dispongono. Occorre, dunque, puntare sui diversi processi di aggregazione, quali Contratti di Rete, Filiere produttive e Distretti non esclusivamente industriali. Con le diverse forme aggregative di impresa è possibile conseguire diversi aspetti dell'economia della conoscenza e di scopo, quali:

1) Aumento della dimensione critica dell'impresa: la piccola impresa può raggiungere, così, una massa critica di risorse tecnologiche e finanziarie che possono permetterle di entrare in mercati complessi.

2) Aumento della conoscenza e delle competenze delle imprese: la condivisione delle risorse alle singole imprese permette di migliorare lo stock di conoscenze e competenze, creando economie di apprendimento.

3) Accesso a mercati esteri: l'aggregazione (di rete) è uno strumento che agevola le PMI che vogliono entrare in nuovi mercati internazionali attraverso la ripartizione degli investimenti e canali di commercializzazione comuni.

4) Vantaggi di costo: in virtù di una maggiore forza contrattuale derivante dalla maggiore dimensione degli ordini effettuati rispetto a quelli delle singole imprese.

5) Vantaggi finanziari: l'aggregazione permette di distribuire i rischi tra le aziende del network e di concentrare gli investimenti del singolo partecipante nel proprio core business.

6) Vantaggi di marketing: la creazione di progetti comuni può portare alla creazione di marchi commerciali, a campagne di co-marketing e pubblicità condivisa.

7) Facilitazione dell'accesso al credito: grazie alla sua significatività, l'aggregazione formale di imprese può ricevere un rating migliore da parte delle istituzioni finanziarie.

Tali vantaggi si possono tradurre nel miglioramento della competitività nei seguenti ambiti:

- efficienza e flessibilità operative,
- reperimento capitali,
- crescita del fatturato,
- capacità di innovazione,
- internazionalizzazione.



Credito e confidi

Sul versante dei flussi di risorse che irraggiano il sistema socio economico e sui rapporti banche – imprese, è opportuno affermare come in provincia permangano fattori ostativi per lo più per le piccole imprese. I tassi effettivi di interesse praticati alle imprese sono da sempre più consistenti della media italiana, penalizzando così il tessuto produttivo locale, soprattutto le imprese che esportano, e non favorendo gli investimenti.

A causa dell'alto costo del denaro e del rating bancario, le imprese del frusinate incontrano alcune difficoltà nel rapporto con le banche, spesso preferendo ricorrere all'autofinanziamento piuttosto che ai prestiti bancari. Sono soprattutto le piccole imprese ad incorrere nelle difficoltà più consistenti di accesso al credito. Il sistema dei Confidi, che rappresenta un importante veicolo di accesso al credito proprio per le imprese meno capitalizzate, può ancora esprimere un ruolo fondamentale sul territorio.

La domanda turistica

Immettere risorse in un sistema economico significa agire, oltre che sulla leva del credito, anche sulla spesa che il territorio esprime, con particolare riferimento alla domanda turistica. Attualmente, tuttavia, risulta doveroso parlare di integrazione intersettoriale, magari con la filiera agroalimentare e l'artigianato locale. In tal senso, la provincia di Frosinone presenta potenzialità inespresse sulle quali occorre lavorare in un'ottica di sistema integrato di nicchia, anche se il tutto deve passare per un miglioramento qualitativo delle strutture ricettive e la messa in rete di imprese, attori, identità. Tra l'altro, i processi di internazionalizzazione passano anche attraverso il veicolo turistico.

L'eccessiva burocrazia

Uno degli aspetti ovvi -e per questo paradossalmente messi in secondo piano- di una recessione è la riduzione della velocità degli scambi delle risorse economiche. Sono le imprese minori a soffrire maggiormente, in quanto spesso si trovano nella posizione finale dei pagamenti e non godono di una rete creditizia protettiva; inoltre, soffrono maggiormente l'asfissia dei mercati di prossimità. Gli oneri burocratici contribuiscono ad acuire le difficoltà delle imprese in quadro recessivo, soprattutto se queste ultime non dispongono di una struttura operativa robusta. Occorre, dunque, operare al fine di semplificare e ridurre il carico burocratico per le imprese, sia per quanto concerne il normale svolgimento delle attività, sia per i pagamenti della Pubblica Amministrazione.

Il "sistema dei trasporti"

Infine, per quanto concerne un fattore di sviluppo connesso alle opportunità di investimento, è opportuno valutare l'opportunità di realizzazione di un sistema produttivo integrato dei trasporti. In una realtà ove la presenza dell'Asse autostradale ha conferito al territorio la possibilità di esprimere una importante specializzazione produttiva, risulta doveroso corroborare tale settore attraverso il disegno di un quadro logistico integrato del Centro – Sud Italia.



La proiezione internazionale del sistema produttivo della provincia, unitamente al sistema turistico locale, possono offrire occasioni di crescita per il settore dei servizi di trasporto, anche attraverso forme di messa a rete delle imprese.



Il quadro normativo e l'adeguamento al cambiamento istituzionale

Nel corso dell'ultimo quinquennio il Sistema camerale ha conosciuto ed attraversato profonde trasformazioni, in particolare grazie alla riforma dell'ordinamento delle Camere di commercio approvata con il decreto legislativo n. 23 del 2010.

Il sistema è uscito rafforzato dalla riforma innanzitutto sul fronte della collocazione istituzionale, ormai definitivamente incardinata all'interno della categoria degli enti dotati di autonomia funzionale che operano in base al principio di sussidiarietà orizzontale espressamente previsto dalla Costituzione, e poi sul fronte della struttura a rete del sistema. Nel contempo alle Camere sono state attribuite nuove funzioni qualificando il loro ruolo e la loro mission.

Grazie a questo importante traguardo, che ancora sta dispiegando i suoi effetti attraverso un'attività di progressiva attuazione normativa della riforma, l'Ente camerale si trova ad affrontare un quinquennio che si annuncia decisivo, caratterizzato da un contesto che sta subendo radicali cambiamenti, sul versante economico e istituzionale.

Il quadro normativo continuerà a conoscere nei prossimi anni profonde innovazioni, che non potranno non coinvolgere anche il Sistema camerale. Prime fra tutte la riforma dei livelli territoriali di governo, con il riordino di tutti i soggetti statali operanti sui territori, a partire dalle Regioni e dalle Province. In questo scenario, è importante che anche l'Ente possa adeguarsi ai nuovi equilibri che si andranno delineando, valorizzando la propria specificità e rafforzando anche in questa fase la propria mission istituzionale.

Nel corso del 2013 la Camera, anche grazie al tassello posto dalla riforma del 2010, dovrà essere in condizione di poter affrontare e trasformare in importanti opportunità da cogliere.

Parte della riforma è stata già attuata in questi anni, come ad esempio, con i due decreti ministeriali relativi alla formazione degli organi, tuttavia nei prossimi anni vi saranno nuovi provvedimenti per adeguare gli Enti camerali, nell'ambito del Sistema, al nuovo contesto istituzionale che si sta definendo, anche in base, ai provvedimenti di spending review.

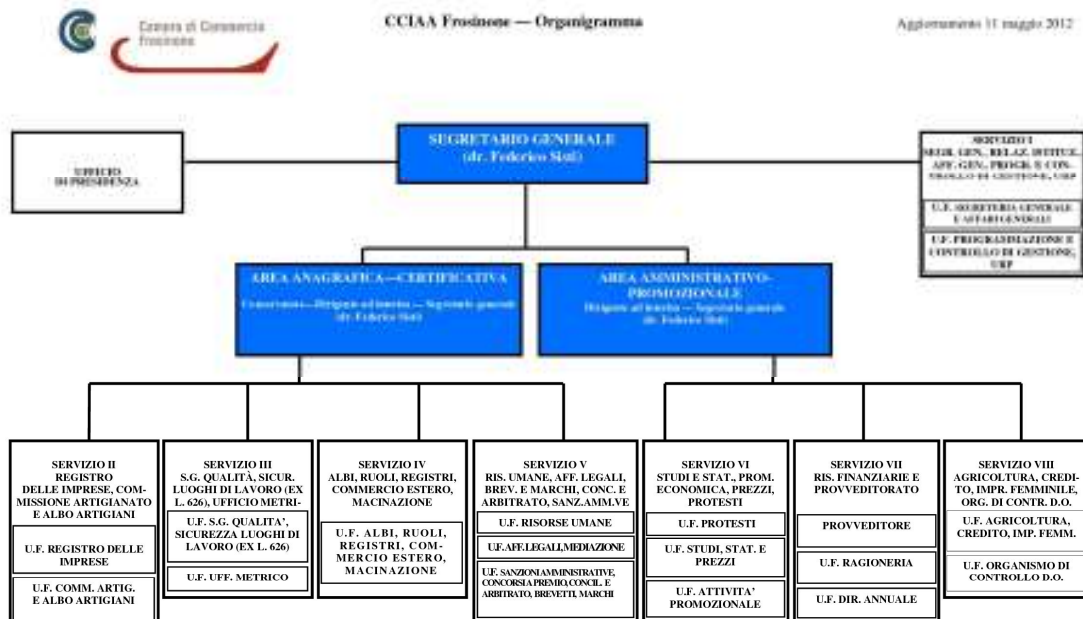


Analisi del contesto interno

a) La struttura organizzativa della Camera

Il D.P.R. n.254/05 "Regolamento per la disciplina della gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di Commercio", prevede all'interno delle funzioni istituzionali la creazione di centri di responsabilità cui attribuire specificamente la gestione delle risorse finanziarie previste in bilancio, impone la razionalizzazione della struttura interna dell'Ente e l'assegnazione delle risorse medesime in capo ai diversi Dirigenti.

La struttura organizzativa della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Frosinone, in virtù di quanto suddetto ed in relazione alle esigenze poste in essere dalla dimensione e dalla complessità delle attività svolte, è articolata in Aree, Servizi ed Unità Funzionali come risulta dal seguente organigramma :





b) Le risorse umane

La dotazione organica dell'Ente è stata fissata in n.71 unità con la deliberazione della Giunta camerale n. 128 del 22 dicembre 2008 relativa alla verifica del fabbisogno di personale.

In realtà, a fronte di tale dotazione organica teorica, al 30 dicembre 2012, presteranno effettivamente servizio n. 54 dipendenti, compreso un Dirigente a tempo determinato, con incarico di Segretario Generale e Conservatore del Registro delle Imprese.

In particolare, si può verificare che nel corso del triennio precedente il numero dei dipendenti è andato decrementandosi, così come il totale del costo annuo del lavoro, intendendosi in questo ricompresi i costi per Oneri per competenze stipendiali, Oneri per indennità e compensi accessori ed Altri Oneri:

anno	n. dipendenti	totale costo annuo
2009	57	3.444.502
2010	55	3.091.819
2011	50	2.958.565

I dipendenti sono così raggruppabili, in funzione di sesso, anzianità di servizio, età anagrafica e titolo di studio (dati al 30 dicembre 2012):

donne	uomini
28	26

anzianità di servizio		
0/15	16/30	31/43
29	17	8

età anagrafica	
0/39	40/65
7	47

titolo di studio			
scuola media	diploma	laurea	post laurea
3	26	23	2

Nel corso dell'anno 2012, sono cessate 4 unità di personale (più n. 1 cessata al 31/12/2012), mentre grazie alla conclusione della selezione per la designazione del nuovo Segretario Generale, del concorso per l'assunzione di 3 unità di categoria B3, della mobilità volontaria per 3 unità di categoria C, sono entrati in servizio, rispettivamente, 1 dirigente a tempo determinato, 3 unità di categoria B3, 1 unità di categoria C.



Al contrario, non si sono ancora concluse la mobilità per 2 figure dirigenziali, la procedura per le ulteriori 2 unità di categoria C non acquisite in mobilità, e la procedura per la selezione di una categoria protetta B1.

Nel corso dell'anno 2012, si sono avute cessazioni per 1 unità di categoria D, 2 unità di categoria C ed 1 unità di categoria B1, nonché una ulteriore unità di categoria C al 31/12/2012.

Pertanto, al 1° gennaio 2013, la situazione delle carenze di personale sarà la seguente:

	in dotazione	effettivi	carenze
Dirigenti	3	1	- 2
Categoria D:			
Posizione di ingresso D 3	6	4	- 2
Posizione di ingresso D1	13	10	- 3
Categoria C:	29	21	- 8
Categoria B:			
Posizione di ingresso B3	9	9	
Posizione di ingresso B1	11	8	- 3
TOTALI	71	53	- 18

Le carenze sono, perciò, considerevoli e rappresentano il 25% circa del totale delle risorse umane previste in dotazione organica.

Il contingente risente, inoltre, l'effetto ulteriormente riduttivo della fruizione da parte di alcuni dipendenti di permessi e congedi previsti da vari Istituti legislativo / contrattuali:

- *aspettativa sindacale, ne fruisce 1 unità in servizio appartenente alla categoria C;*
- *aspettativa per dottorato di ricerca, ne fruisce 1 unità di categoria C;*
- *part-time, ne fruiscono 2 dipendenti di categoria B3;*
- *Legge 104/92, ne fruiscono 8 dipendenti per 3 giorni pro capite mensili;*
- *permessi per cariche elettive, spetta, attualmente, ad 1 dipendente per 24 ore mensili, cui possono aggiungersi altre 48 ore per i capigruppo;*
- *permessi a tutela della maternità, spettano attualmente per 20 minori, sino a otto anni di età.*

Pertanto, si può stimare che i congedi, permessi, aspettative e part-time, producano una riduzione media del monte ore di prestazioni lavorative del personale in servizio, per una carenza corrispondente a più di 4 unità di lavoro.

L'Ente, inoltre, si è servito negli ultimi dieci anni di personale in somministrazione. La riduzione delle spese per fornitura di lavoratori in somministrazione, operata dalla legge 12 novembre 2011,



n. 183, art. 4, comma 102, che ha esteso alle Camere di Commercio l'art. 9, comma 28, del DL 78/2010, convertito nella L. n. 122 del 30 luglio 2010, ha determinato il taglio del 50% della spesa sostenuta nell'anno 2009 per tale finalità. Pertanto, l'Ente ha contato sul numero complessivo di 12 unità di lavoratori interinali, sino al mese di giugno 2012, mentre è tuttora presente 1 unità in somministrazione, fornita da Infocamere, sino al 31 gennaio 2013.

La evidente riduzione di unità di personale in relazione alle carenze organiche descritte, è fortemente penalizzante dell'operatività della Camera, che dovrà riassegnare al personale interno anche le attività svolte sino ad ora da tali unità lavorative, potendo fare ricorso solo in parte all'attivazione di tale tipologia contrattuale.

Infine, sulla base della metodica dettata dalla legge 24/12/2007 n. 244, art. 3, comma 116, l'Ente è autorizzato ad assumere personale – non limitato in base al numero – nel limite di un contingente complessivamente corrispondente ad una spesa pari al 70% di quella relativa alle cessazioni avvenute nell'anno precedente, ove l'indice economico-finanziario risulti inferiore a 35.

Poiché l'Ente ha mantenuto nel tempo tale indice al di sotto della soglia di 35 punti (come documentato annualmente dalla speciale Commissione insediata presso il Ministero dello Sviluppo Economico), attualmente l'Ente può attivare procedure di acquisizione di nuovo personale dipendente per una spesa complessiva di Euro 139.728,54 (70% del valore delle cessazioni avvenute nel corso del 2010, pari ad Euro 199.612,19, totali), cui vanno aggiunti, in virtù della norma contenuta nell'art. 3, comma 116, della legge 24/12/2007 n. 244, ulteriori Euro 27.876,99 (derivanti dall'autorizzazione relativa all'anno 2008), per una spesa complessiva di Euro 167.605,53.



c) Le risorse finanziarie

						PROIEZIONI FUTURE					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Proventi correnti											
Diritto annuale	6.767.218	8.157.554	7.928.567	7.987.814	8.225.188	8.215.000	8.274.114	8.200.000	8.200.000	8.200.000	8.200.000
Diritti di segreteria	1.866.634	1.911.149	1.851.389	1.851.423	1.865.556	1.800.500	1.800.000	1.750.000	1.750.000	1.750.000	1.750.000
Altri Proventi	475.534	411.033	573.238	646.282	633.027	1.136.655	499.491	400.000	400.000	400.000	400.000
Oneri correnti											
Personale	3.111.672	3.141.558	3.246.461	3.010.048	2.745.488	3.003.094	2.804.450	2.850.000	2.850.000	2.850.000	2.850.000
Funzionamento	2.812.689	2.599.336	2.453.913	2.430.462	2.449.174	2.516.583	2.552.545	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000
Interventi Economici	1.850.246	2.307.833	2.052.137	1.846.313	1.853.420	3.844.921	2.248.063	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Ammortam. ed accantonamenti	612.439	4.403.590	2.433.873	2.562.320	2.620.612	2.884.250	3.071.047	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
di cui accantonamento al fondo sval.ne crediti	340.000	4.403.590	2.236.900	2.339.167	2.447.041	2.444.000	2.639.047	260.000	260.000	260.000	260.000
RISULTATO ECONOMICO	1.353.660	-1.580.709	203.888	1.245.390	1.369.099	-993.488	0	0	0	0	0
INVESTIMENTI											
Immobilizzazioni	173.993	228.959	473.787	1.415.000	843.237	687.121	383.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Partecipazioni e Conferimenti	844.672	5.000	5.000	6.000	6.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000

In tale tabella viene fornito un quadro delle risorse finanziarie della Camera, predisposto in termini di competenza economica, relativamente all'ultimo quinquennio, e viene anche effettuata una previsione per il periodo 2013-2017.

Nel 2013 l'ammontare totale dei proventi che si prevede di realizzare è di circa Euro 10.574.000, di cui circa Euro 8.274.000 derivanti da diritto annuale.

I proventi da diritto annuale comprendono, ai sensi del documento dei principi contabili emanati con circolare del Ministero dello Sviluppo Economico n.3622/C del 05.02.2009, oltre al diritto annuale di competenza 2012 le sanzioni e gli interessi di mora.

Nell'anno 2012, rispetto al 2011, gli incassi da diritto annuale hanno subito una leggera flessione attribuibile all'andamento negativo dei fatturati delle imprese.

Nel periodo 2013-2017, in conseguenza di una mancata ripresa dell'economia, si attende una leggera diminuzione degli incassi da diritto annuale attribuibile all'andamento dei fatturati delle imprese.

Si prospetta, inoltre, una leggera contrazione dei diritti di segreteria attribuibile all'effetto dell'innovazioni normative in materia di semplificazione e "decertificazione".

Dal lato delle spese si può presumere che i costi di funzionamento dell'Ente (oneri vari di funzionamento, spese per gli organi istituzionali, quote associative) assorbiranno il 24% dei



proventi correnti complessivamente realizzati dall'Ente nel corso dell'anno 2013, risultando leggermente inferiori a quelli degli anni precedenti. Si prevede un consolidamento di tale andamento nel periodo 2013-2017.

I costi del personale, nell'anno 2013, (retribuzioni, oneri sociali, accantonamento T.F.R.) incidono per il 27% sulle entrate correnti, con una riduzione riconducibile al minor numero di unità impiegate presso l'Ente Camerale .

Gli ammortamenti e accantonamenti assorbono il 28% dei proventi correnti. Dal 2012 al 2014, rispetto all'anno 2010, è maggiore del 55% il valore degli ammortamenti per le immobilizzazioni materiali. Infatti, vista l'ultimazione dei lavori di ristrutturazione della sede camerale di via De Gasperi, l'Ente Camerale, dal 2012, deve ammortizzare con una percentuale del 3% l'importo complessivo dei lavori di ristrutturazione nonché riprendere l'ammortamento del valore storico dell'immobile.

Pertanto, nell'ipotesi di un bilancio in pareggio, le risorse che potranno essere complessivamente destinate al finanziamento degli interventi programmatici nel periodo 2013-2017 (margine operativo) ammonteranno sui due milioni di euro.

Inoltre, va opportunamente evidenziato per il piano degli investimenti che nel 2012 l'Ente Camerale ha completato il pagamento dei costi della ristrutturazione dell'immobile di via De Gasperi. Mentre negli anni successivi non si prevedono investimenti rilevanti sul piano delle immobilizzazioni.



Albero della performance

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

Le singole aree strategiche racchiudono a loro volta obiettivi strategici, che vengono tradotti in obiettivi operativi da realizzarsi attraverso una serie di azioni, come riportato nelle Schede allegate di Programmazione strategica, con orizzonte triennale, ed operativa, con orizzonte annuale.

Il processo seguito e le azioni di miglioramento del Ciclo di gestione della Performance

Fasi, soggetti e tempi del processo di redazione del Piano

Nell'impostare il Piano della Performance della Camera di Commercio per il 2013, è necessario tenere conto che il 2013 sarà il primo anno di piena operatività dei nuovi Organi, essendosi insediato il nuovo Consiglio lo scorso 9 luglio 2012.

Nella programmazione per il 2013, viene stabilito di attivare nuovi progetti e di realizzare le iniziative finanziate dal Fondo di Perequazione, nonché i progetti concordati con le Associazioni di categoria, sia attraverso l'azione diretta della Camera sia attraverso le iniziative programmate dalle proprie Aziende speciali.

Il processo di definizione del Piano delle Performance adottato dalla Camera di Commercio di Camera si articola nelle seguenti fasi:

- 1. Costituzione di un gruppo lavoro per la stesura del Piano delle Performance*
- 2. Progettazione, formalizzazione e condivisione di schede da utilizzare per la raccolta strutturata delle informazioni relative agli obiettivi strategici e operativi;*



3. *Analisi dei documenti di programmazione previsti dal D.P.R. 254/05 (ciclo di pianificazione delle Camere di Commercio) per la corretta individuazione delle aree strategiche e degli obiettivi strategici.*
4. *Compilazione delle schede relative agli obiettivi strategici sulla base dei documenti di programmazione.*
5. *Compilazione delle schede relative agli obiettivi operativi da parte di ciascuna area organizzativa e azienda speciale.*
6. *Verifica della coerenza tra obiettivi strategici e obiettivi operativi, come precedentemente definiti.*
7. *Stesura del Piano delle performance sulla base della documentazione precedentemente prodotta.*

Nel processo di redazione del piano sono stati coinvolti la Direzione camerale e i Responsabili dei Servizi di ciascuna area organizzativa e, la Direzione delle Aziende speciali Innova e Aspin.

Coerenza con la programmazione economico-finanziaria e di bilancio

Come indicato al precedente paragrafo, l'analisi dei documenti di programmazione previsti dal D.P.R. 254/05 ha costituito parte integrante del processo di realizzazione del presente Piano. In particolare, essa è servita da riferimento per la individuazione delle aree strategiche di intervento della Camera di Commercio, che sono dettagliate nel documento di Programmazione Pluriennale della Camera di Commercio di Frosinone. Tale documento, a sua volta, costituisce la base da cui scaturiscono i documenti di dettaglio di programmazione economico-finanziaria.

Pertanto la coerenza tra i diversi documenti di programmazione, ed il Piano delle Performance risulta assicurata ex ante.

Azioni per il miglioramento del Ciclo di gestione delle performance

La Camera di Commercio di Frosinone si propone di proseguire il miglioramento del processo per la produzione del Piano delle Performance, in modo da renderlo contestuale al ciclo di programmazione.

Per migliorare lo svolgimento delle attività connesse al Ciclo della Performance la Camera di Commercio di Frosinone, nel corso del 2013, utilizzerà il sistema informativo per la redazione e la gestione del piano della performance.



Allegati tecnici

- *Albero della Performance 2013*
- *Schede di programmazione strategica e operativa*

Albero della Performance 2013

Area Strategica

01 - Servizi amministrativi all'impresa e al cittadino

Obiettivo Strategico

1.01 - Migliorare la qualità, l'efficienza e l'economicità dei servizi camerali

Indicatori	
Completa operatività dei pagamenti con strumenti elettronici (POS)	
Peso	20 %
Stato	---
Target 2013	SI
Target 2014	---
Target 2015	---
Informatizzazione su più casse	
Peso	20 %
Stato	---
Target 2013	---
Target 2014	SI
Target 2015	---
Invio avvisi di pagamento via e-mail (percentuale)	
Peso	20 %
Stato	---
Target 2013	>= 75 %
Target 2014	>= 80 %
Target 2015	>= 85 %
Progressiva informatizzazione delle procedure per il rilascio e conservazione dei certificati di origine. Percentuale di cert. inoltrati in via telematica rispetto alle richieste presentate.	
Peso	20 %
Stato	---
Target 2013	>= 10
Target 2014	>= 20
Target 2015	>= 30
Miglioramento tempi evasione istanze di cancellazione protesti rispetto all'anno precedente	
Peso	20 %
Stato	---
Target 2013	SI
Target 2014	SI
Target 2015	SI

Programma
1.01.01 - Agenda digitale, Dematerializzazione, Pagamenti elettronici, PEC

Obiettivo Operativo

1.01.01.01 - Riorganizzazione procedure pagamenti dell'utenza con utilizzo di strumenti elettronici

Indicatori	
Completa operatività dei pagamenti con strumenti elettronici (POS)	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione
1.01.01.01.01 - Installazione POS entro il 30 giugno

Indicatori	
Installazione POS	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

1.01.01.02 - Sviluppo iscrizione PEC delle imprese e attivazione del canale PEC-PEC per le comunicazioni alle imprese

Indicatori	
Iscrizione delle pratiche PEC pervenute di imprese individuali (in percentuale)	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 80
Trasmissione di comunicazioni via PEC alle imprese che sono in possesso di PEC attiva (in percentuale)	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 80

Azione
1.01.01.02.01 - Sviluppo iscrizione PEC e attivazione canale PEC-PEC entro il 30 giugno

Indicatori	
Iscrizione delle pratiche PEC pervenute di imprese individuali (in percentuale)	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 10
Trasmissione di comunicazioni via PEC alle imprese che sono in possesso di PEC attiva (in percentuale)	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 40

1.01.01.03 - Dematerializzazione documentazione interna/esterna mediante maggiore utilizzo dei supporti digitali

Indicatori	
Invio avvisi di pagamento via e-mail (percentuale)	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 75 %

Azione
1.01.01.03.01 - Dematerializzazione documentazione interna/esterna mediante maggiore utilizzo dei supporti digitali entro il 30 giugno

Indicatori	
Invio avvisi di pagamento via e-mail (percentuale)	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 70 %

1.01.01.04 - Estensione della dotazione della PEC Ufficio ai diversi Servizi

Indicatori	
Estensione della dotazione PEC Ufficio ai diversi Servizi entro il 30 giugno	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione
1.01.01.04.01 - Estensione della dotazione della PEC Ufficio ai diversi Servizi entro il 30 giugno

Indicatori	
Estensione della dotazione PEC Ufficio ai diversi Servizi entro il 30 giugno	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

1.01.01.05 - Riorganizzazione e mappatura dei procedimenti amministrativi

Indicatori	
Riorganizzazione e mappatura dei procedimenti amministrativi entro il 31 maggio	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione
1.01.01.05.01 - Riorganizzazione e mappatura dei procedimenti amministrativi entro il 31 maggio

Indicatori	
------------	--

Riorganizzazione e mappatura dei procedimenti amministrativi entro il 31 maggio

Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

1.01.01.06 - Riorganizzazione dei procedimenti amministrativi (1)

Indicatori	
Invio in autonomia del modello Unico e del modello 770	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione
1.01.01.06.01 - Riorganizzazione dei procedimenti amministrativi (1) entro il 30 giugno

Indicatori	
Invio in autonomia della Comunicazione IVA	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

1.01.01.07 - Riorganizzazione procedimenti amministrativi (2)

Indicatori	
N.giorni trascorsi dalla data dell' atto di liquidazione alla data del mandato	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	<= 15

Azione
1.01.01.07.01 - Riorganizzazione procedimenti amministrativi (2) entro il 30 giugno

Indicatori	
N.giorni trascorsi dalla data dell' atto di liquidazione alla data del mandato	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	<= 15

1.01.01.08 - Informazione graduale e progressiva dei certificati di origine

Indicatori	
Progressiva informatizzazione delle procedure per il rilascio e conservazione dei certificati di origine. Percentuale di cert. inoltrati in via telematica rispetto alle richieste presentate.	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 10

Azione
1.01.01.08.01 - Informatizzazione graduale e progressiva dei certificati di origine entro il 30 giugno

Indicatori	
Realizzazione incontro con i grandi utenti per l'adesione alla gestione dell'inoltro telematico delle richieste dei certificati d'origine	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

1.01.02 - Migliorare qualità archivi camerati

Obiettivo Operativo

1.01.02.01 - Miglioramento qualità archivi camerati, revisione banche dati con cancellazioni d'ufficio avviate nel periodo 2011-2012

Indicatori	
Cancellazione delle imprese per le quali il Tribunale ne abbia disposto il relativo provvedimento (80% del totale progetto 2011-2013)	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione
1.01.02.01.01 - Pubblicazione sul sito istituzionale del provvedimento di Cancellazione delle imprese entro il 30 giugno

Indicatori	
Pubblicazione sul sito istituzionale del provvedimento di Cancellazione delle imprese per cui il Tribunale ha disposto il relativo provvedimento (80% del totale progetto 2011-2013) entro il 30 giugno	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

1.01.02.02 - Conversione d'ufficio dei requisiti professionali per le imprese installatrici di impianti civili e industriali

Indicatori	
Iscrizione delle pratiche regolarizzate (percentuale pratiche)	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	= 100

Azione
1.01.02.02.01 - Notifica avvio del procedimento conversione d'ufficio alle imprese entro il 30 giugno

Indicatori	
Notifica avvio del procedimento alle imprese (percentuale imprese)	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	= 100

1.01.02.03 - Attivazione di campagna destinata alle imprese iscritte negli ex albi e ruoli

Indicatori	
------------	--

Azione

Realizzazione campagne di comunicazione tramite piattaforma CRM		
Peso	100 %	
Stato	---	
Target 2013	= 2	

1.01.02.03.01 - Attivazione della campagna attraverso il sito istituzionale, campagna CRM e stampa entro il 30 giugno

Indicatori		
Realizzazione campagne di comunicazione tramite piattaforma CRM		
Peso	100 %	
Stato	---	
Target 2013	= 1	

1.01.03 - Razionalizzazione modalità erogazione servizi a sportello

Obiettivo Operativo

1.01.03.01 - Razionalizzazione delle modalità di erogazione dei servizi a sportello mediante concentrazione delle attività di front office

Indicatori		
Miglioramento tempo di evasione istanze di cancellazione protesti rispetto al periodo precedente (gg)		
Peso	33,33 %	
Stato	---	
Target 2013	<= 5,74	
Attuazione processi Front Office (ob. Gruppo)		
Peso	33,33 %	
Stato	---	
Target 2013	SI	
Mappatura e ridefinizione delle modalità di erogazione dei servizi entro il 30 giugno (ob.gruppo)		
Peso	33,34 %	
Stato	---	
Target 2013	SI	

Azione

1.01.03.01.01 - Razionalizzazione delle modalità di erogazione dei servizi a sportello mediante concentrazione delle attività di front office entro il 30 giugno

Indicatori		
Mappatura e ridefinizione delle modalità di erogazione dei servizi entro il 30 giugno (ob.gruppo)		
Peso	100 %	
Stato	---	
Target 2013	SI	

1.01.03.02 - Decertificazione. Campagna informativa per l'utilizzo canale VerifichePA per controllo autodichiarazioni

Indicatori		
Realizzazione di Campagne informative		
Peso	100 %	
Stato	---	
Target 2013	= 2	

Azione

1.01.03.02.01 - Realizzazione campagna informativa entro il 30 giugno

Indicatori		
Realizzazione di Campagne informative		
Peso	100 %	
Stato	---	
Target 2013	= 1	

1.02 - Migliorare l'accessibilità ai servizi camerali anagraf-cert. e svil. digitale del territorio

Indicatori		
Realizzazione di Campagne informative		
Peso	50 %	
Stato	---	
Target 2013	>= 2	
Target 2014	>= 1	
Target 2015	>= 1	
Apertura di sportelli telematici		
Peso	50 %	
Stato	---	
Target 2013	>= 2	
Target 2014	>= 1	
Target 2015	>= 1	

Programma

1.02.01 - SUAP

Obiettivo Operativo

1.02.01.01 - Coordinamento delle attività dei SUAP che hanno affidato, in delega, alla Camera di Commercio il supporto tecnologico dello sportello

Indicatori		
Realizzazione di Campagne informative		
Peso	50 %	
Stato	---	
Target 2013	= 2	
Realizzazione di un Tavolo tecnico e di coordinamento tra Comuni aderenti e gli Enti terzi		
Peso	50 %	
Stato	---	
Target 2013	SI	

Azione

1.02.01.01.01 - Coordinamento delle attività di SUAP, realizzazione campagne informative entro il 30 giugno

Indicatori		
Realizzazione di Campagne informative		
Peso	100 %	
Stato	---	
Target 2013	= 1	

1.02.02 - Convenzioni con Ass. Cat., sportelli telematico decentrato

Obiettivo Operativo

1.02.02.01 - Valorizzazione della rete degli sportelli telematici in Convenzione con le Associazioni di categoria

Indicatori		
Apertura di sportelli telematici		
Peso	100 %	
Stato	---	
Target 2013	= 2	

Azione

1.02.02.01.01 - Riproposizione della convenzione con Associazioni di categoria entro il 30 giugno

Indicatori		
------------	--	--

Riproposizione della Convenzione entro il 30 giugno

Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

Area Strategica

02 - Regolazione del mercato e tutela del consumatore

Obiettivo Strategico

2.01 - Promuovere la cultura della mediazione civile, ridurre e semplificare il contenzioso

Indicatori	
Aumento percentuale del n. di corsi rispetto all'anno precedente (Mediazione)	
Peso	33,33 %
Stato	---
Target 2013	= 5
Target 2014	= 2
Target 2015	= 2
Aumento percentuale del n. di mediazioni e conciliazioni rispetto all'anno precedente	
Peso	33,33 %
Stato	---
Target 2013	= 5
Target 2014	= 2
Target 2015	= 2
Eventi di sensibilizzazione per Ordini e Consigli (Arbitrato)	
Peso	33,34 %
Stato	---
Target 2013	= 4
Target 2014	= 4
Target 2015	= 2

Programma

2.01.01 - Mediazione, Conciliazione e Arbitrato

Obiettivo Operativo

2.01.01.01 - Organizzazione corsi base e di aggiornamento per mediatori, e seminari per la diffusione della mediazione volontaria; Sviluppo servizi di Mediazione Civile e Conciliazione (Innova)

Indicatori	
Aumento percentuale del n. di corsi rispetto all'anno precedente (Mediazione)	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	= 5
Aumento percentuale del n. di mediazioni e conciliazioni rispetto all'anno precedente	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	= 5

Azione

2.01.01.01.01 - Organizzazione di corsi e seminari; Sviluppo servizi di Mediazione Civile e Conciliazione entro il 30 giugno

Indicatori	
Aumento percentuale del n. di corsi rispetto all'anno precedente (Mediazione)	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	= 2
Aumento percentuale del n. di mediazioni e conciliazioni rispetto all'anno precedente	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	= 2

2.01.01.02 - Iniziative per il miglioramento dei servizi di Arbitrato

Indicatori	
Eventi di sensibilizzazione per Ordini e Consigli (Arbitrato)	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	= 4
Predisposizione bozza di convenzione	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione

2.01.01.02.01 - Iniziative per il miglioramento dei servizi di Arbitrato entro il 30 giugno

Indicatori	
Redazione materiale informativo/prontuario	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

2.02 - Diffondere una cultura della legalità e della trasparenza

Indicatori	
Incremento percentuale del numero di verifiche metriche (esclusi i distributori di carburante)	
Peso	20 %
Stato	---
Target 2013	>= 4
Target 2014	>= 2
Target 2015	>= 1
Attuazione programma di controlli sui prodotti	
Peso	20 %
Stato	---
Target 2013	SI
Target 2014	SI
Target 2015	SI
Eventi in Istituti scolastici	
Peso	20 %
Stato	---
Target 2013	= 3
Target 2014	= 3
Target 2015	= 3
Realizzazione campagna radiofonica per valorizzare l'attività della Commissione clausole vessatorie (passaggi radio)	
Peso	20 %
Stato	---
Target 2013	= 50
Target 2014	= 50
Target 2015	>= 50
Realizzazione articoli per la stampa per valorizzare l'attività della Commissione clausole vessatorie	
Peso	20 %
Stato	---
Target 2013	= 2
Target 2014	= 2

Programma

2.02.01 - Metrologia legale

Obiettivo Operativo

2.02.01.01 - Incremento del numero di verifiche presso utenti metrici e potenziamento delle attività di sorveglianza

Indicatori	
Incremento percentuale del numero di verifiche metriche (esclusi i distributori di carburante)	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 4
Aumento numero di ispezioni presso distributori di carburante rispetto anno precedente	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 3

Azione

2.02.01.01.01 - Incremento del numero di verifiche presso utenti metrici e potenziamento delle attività di sorveglianza entro il 30 giugno

Indicatori	
Incremento percentuale del numero di verifiche metriche (esclusi i distributori di carburante)	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 2
Aumento numero di ispezioni presso distributori di carburante rispetto anno precedente	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 1

Target 2015

= 2

2.02.02 - Controllo sui prodotti e Tutela del "Made in Italy"

Obiettivo Operativo

2.02.02.01 - Potenziamento delle attività di controllo sui prodotti

Indicatori

Attuazione programma di controlli sui prodotti

Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione

2.02.02.01.01 - Potenziamento delle attività di controllo sui prodotti entro il 30 giugno

Indicatori

Definizione programma di controlli sui prodotti

Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

2.02.03 - Altre iniziative di tutela del consumatore e del mercato

Obiettivo Operativo

2.02.03.01 - Progetto per la diffusione della cultura della legalità presso le scuole

Indicatori

Eventi in Istituti scolastici

Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	= 3

Azione

2.02.03.01.01 - Progetto per la diffusione della cultura della legalità presso le scuole entro il 30 giugno

Indicatori

Predisposizione materiale didattico

Peso	25 %
Stato	---
Target 2013	SI

Eventi in Istituti scolastici

Peso	75 %
Stato	---
Target 2013	= 1

2.02.03.02 - Controllo a campione dichiarazioni sost. atti notorietà per certificati di origine

Indicatori

Percentuale di controlli a campione delle dichiarazioni sostitutive di atto di notorietà concernente il rilascio di certificati d'origine

Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 7,5

Azione

2.02.03.02.01 - Controllo a campione dichiarazioni sost. atti notorietà per certificati di origine entro il 30 giugno

Indicatori

Percentuale di controlli a campione delle dichiarazioni sostitutive di atto di notorietà concernente il rilascio di certificati d'origine

Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 7,5

2.02.04 - Marchio di Garanzia camerale, Commissione Clausole Vessatorie, Procedure manifestazioni a premio

Obiettivo Operativo

2.02.04.01 - Iniziative per la valorizzazione della Commissione Clausole Vessatorie e per la divulgazione delle Procedure per manifestazioni a premio

Indicatori

Realizzazione campagna radiofonica per valorizzare l'attività della Commissione clausole vessatorie (passaggi radio)

Peso	25 %
Stato	---
Target 2013	= 50

Realizzazione articoli per la stampa per valorizzare l'attività della Commissione clausole vessatorie

Peso	25 %
Stato	---
Target 2013	= 2

Realizzazione incontri con Associazioni

Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	= 2

Azione

2.02.04.01.01 - Iniziative per la valorizzazione della Commissione Clausole Vessatorie e per la divulgazione delle Procedure per manifestazioni a premio entro il 30 giugno

Indicatori

Predisposizione del materiale per campagna stampa/radiofonica

Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

Area Strategica

03 - Studi e ricerche economiche

Obiettivo Strategico

3.01 - Rafforzare l'utilizzo costante dell'informazione statistica

Indicatori	Programma	Obiettivo Operativo	Azione
<p>N. incontri con Istituti Scolastici (Innova)</p> <p>Peso 25 % Stato --- Target 2013 = 3 Target 2014 = 4 Target 2015 = 4</p> <p>Predisposizione Rapporti Osservatorio Economico</p> <p>Peso 25 % Stato --- Target 2013 >= 2 Target 2014 >= 3 Target 2015 >= 4</p> <p>Progettazione realizzazione Osservatorio sul commercio</p> <p>Peso 25 % Stato --- Target 2013 SI Target 2014 --- Target 2015 ---</p> <p>Predisposizione Rapporti su Osservatorio Commercio</p> <p>Peso 25 % Stato --- Target 2013 --- Target 2014 >= 1 Target 2015 >= 2</p>	<p>3.01.01 - Osservatorio economico</p>	<p>Obiettivo Operativo</p> <p>3.01.01.01 - Realizzazione dell'osservatorio economico</p>	<p>Azione</p> <p>3.01.01.01.01 - Realizzazione dell'osservatorio economico (affidamento incarico) entro il 30 giugno</p>
		<p>Indicatori</p> <p>Predisposizione Rapporti Osservatorio Economico</p> <p>Peso 100 % Stato --- Target 2013 >= 2</p>	<p>Indicatori</p> <p>Affidamento incarico Istituto di Ricerca per Osservatorio Economico 2013</p> <p>Peso 100 % Stato --- Target 2013 SI</p>
	3.01.02 - Osservatorio sul commercio	<p>Obiettivo Operativo</p> <p>3.01.02.01 - Avvio del progetto per la realizzazione dell'osservatorio del commercio</p>	<p>Azione</p> <p>3.01.02.01.01 - Avvio del progetto per la realizzazione dell'osservatorio del commercio (stesura documento progettazione) entro il 30 giugno</p>
		<p>Indicatori</p> <p>Predisposizione questionario indagine Osservatorio Commercio</p> <p>Peso 100 % Stato --- Target 2013 SI</p>	<p>Indicatori</p> <p>Stesura documento progettazione Osservatorio Commercio</p> <p>Peso 100 % Stato --- Target 2013 SI</p>
	3.01.03 - Rilevazione dei fabbisogni professionali delle imprese	<p>Obiettivo Operativo</p> <p>3.01.03.01 - Valorizzazione dei dati Excelsior (Innova)</p>	<p>Azione</p> <p>3.01.03.01.01 - Realizzare incontri con Istituti scolastici entro il 30 giugno</p>
		<p>Indicatori</p> <p>N. incontri con Istituti Scolastici (Innova)</p> <p>Peso 100 % Stato --- Target 2013 = 3</p>	<p>Indicatori</p> <p>N. incontri con Istituti Scolastici (Innova)</p> <p>Peso 100 % Stato --- Target 2013 = 1</p>
	3.01.04 - Costituzione di un Organismo permanente per le attività di analisi territoriale e studi sociali, economici e ambientali nella provincia di Frosinone	<p>Obiettivo Operativo</p> <p>3.01.04.01 - Costituzione di un tavolo di analisi territoriale sulle tematiche più rilevanti per la realtà economica locale</p>	<p>Azione</p> <p>3.01.04.01.01 - Costituzione di un tavolo di analisi territoriale sulle tematiche più rilevanti per la realtà economica locale entro il 30 giugno</p>
		<p>Indicatori</p> <p>Tavolo di analisi territoriale</p> <p>Peso 100 % Stato --- Target 2013 SI</p>	<p>Indicatori</p> <p>Tavolo di analisi territoriale</p> <p>Peso 100 % Stato --- Target 2013 SI</p>

Area Strategica

04 - Sviluppo organizzativo

Obiettivo Strategico

4.01 - Ottimizzare il processo di programmazione, valutazione e rendicontazione

Indicatori

Informatizzazione del piano della performance		
Peso	33,33 %	
Stato	---	
Target 2013	SI	
Target 2014	SI	
Target 2015	SI	
Attivazione della rilevazione della CSI entro il 31 dicembre		
Peso	33,33 %	
Stato	---	
Target 2013	SI	
Target 2014	SI	
Target 2015	SI	
Aggiornamento Piano della trasparenza		
Peso	33,34 %	
Stato	---	
Target 2013	SI	
Target 2014	SI	
Target 2015	SI	

Programma

4.01.01 - Ciclo della Performance

Obiettivo Operativo

4.01.01.01 - Estensione dell'informatizzazione delle attività di gestione del Ciclo della Performance

Indicatori

Estensione dell'utilizzo del Sistema Febe, al fine del monitoraggio, ai Responsabili di Servizio e Aziende Speciali entro il 31 luglio		
Peso	100 %	
Stato	---	
Target 2013	SI	

Azione

4.01.01.01.01 - Estensione dell'informatizzazione delle attività di gestione del Ciclo della Performance entro il 30 giugno

Indicatori

Predisposizione con informatizzazione piano, Sistema Febe per l'estensione, ai fini del monitoraggio, ai Responsabili di Servizio e Aziende Speciali entro il 30 giugno		
Peso	100 %	
Stato	---	
Target 2013	SI	

4.01.01.02 Rilevazione della customer satisfaction

Indicatori

Attivazione della rilevazione della CSI entro il 31 dicembre		
Peso	100 %	
Stato	---	
Target 2013	SI	

4.01.02 - Trasparenza

Obiettivo Operativo

4.01.02.01 - Aggiornamento Piano della trasparenza e presentazione relative iniziative (giornata trasparenza)

Indicatori

n° giornate della trasparenza		
Peso	50 %	
Stato	---	
Target 2013	>= 1	
Aggiornamento Piano della trasparenza		
Peso	50 %	
Stato	---	
Target 2013	SI	

Azione

4.01.02.01.01 - Aggiornamento Piano della trasparenza entro il 30 giugno

Indicatori

Aggiornamento Piano della trasparenza		
Peso	100 %	
Stato	---	
Target 2013	SI	

4.02 - Sviluppare le risorse umane, economiche, finanziarie e patrimoniali dell'Ente

Indicatori

Attivazione di azioni formative per l'utilizzo di applicativi gestionali su gruppi omogenei di personale (sviluppo risorse umane)		
Peso	33,33 %	
Stato	---	
Target 2013	= 1	
Target 2014	= 1	
Target 2015	= 1	
Potenziamento della rete interna e condivisione gestionale		
Peso	33,33 %	
Stato	---	
Target 2013	---	
Target 2014	---	
Target 2015	SI	
Avvio di un percorso di formazione trasversale per il personale (benessere organizzativo)		
Peso	33,34 %	
Stato	---	
Target 2013	SI	
Target 2014	SI	
Target 2015	SI	

Programma

4.02.01 - Valorizzazione delle risorse umane e sviluppo di competenze manageriali, organizzative e

Obiettivo Operativo

4.02.01.01 - Aggiornamento e valorizzazione delle competenze professionali delle risorse umane

Indicatori

Realizzazione giornate di formazione (competenze informatiche)		
Peso	100 %	
Stato	---	
Target 2013	= 8	

Azione

4.02.01.01.01 - Aggiornamento e valorizzazione delle competenze professionali delle risorse umane entro il 30 giugno

Indicatori

Avvio corsi (competenze informatiche)		
Peso	100 %	
Stato	---	
Target 2013	SI	

4.02.02 - Iniziative per il Benessere Organizzativo

Obiettivo Operativo

4.02.02.01 - Sviluppo di una iniziativa per il miglioramento del Benessere Organizzativo

Indicatori

Realizzazione della/e giornate di formazione		
Peso	100 %	
Stato	---	
Target 2013	= 1	

Azione

4.02.02.01.01 - Sviluppo di una iniziativa per il miglioramento del Benessere Organizzativo entro il 30 giugno

Indicatori

Attivazione percorso e fissazione del programma (benessere organizzativo)	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

4.02.03 - Iniziative per garantire l'integrità

Obiettivo Operativo

4.02.03.01 - Avvio di attività organizzative e formative finalizzate a garantire l'integrità prevenendo rischi di fenomeni di corruzione

Indicatori

Predisposizione e attuazione piano per prevenire rischi fenomeni corruzione entro i termini previsti dalla normativa

Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione

4.02.03.01.01 - Avvio di attività organizzative e formative finalizzate a garantire l'integrità prevenendo rischi di fenomeni di corruzione (situazione al 30 giugno)

Indicatori

Avvio attività per predisposizione piano per prevenire rischi fenomeni di corruzione entro i termini previsti dalla normativa

Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

4.02.04 - Valorizzare i beni patrimoniali dell'Ente

Obiettivo Operativo

4.02.04.01 - Ottimizzazione della gestione del patrimonio immobiliare dell'Ente

Indicatori

Attuazione decisioni della Giunta relative alla riorganizzazione dell'utilizzo del patrimonio immobiliare

Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione

4.02.04.01.01 - Ottimizzazione della gestione del patrimonio immobiliare dell'Ente entro il 30 giugno

Indicatori

Esame della Giunta della riorganizzazione dell'utilizzo del patrimonio immobiliare, tenuto conto delle nuove disposizioni normative in materia di revisione della spesa pubblica, entro il 30 giugno

Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

4.02.05 - Migliorare la gestione delle risorse economiche, finanziarie e patrimoniali dell'Ente

Obiettivo Operativo

4.02.05.01 - Iniziative per il miglioramento dell'efficienza delle procedure di acquisizione delle risorse economiche e finanziarie dell'Ente

Indicatori

(Tot. autotutele accolte T / tot. imprese messe a ruolo T) - (Tot.autotutele accolte T-1 / tot.imprese messe a ruolo T-1) [percentuale]

Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	= -0,1

(importi F24 competenza 2012 incassati nel 2013 / tot.importi F24 incassati nel 2013) - (importi F24 competenza 2011 incassati nel 2012 / tot.importi F24 incassati nel 2012) [percentuale]

Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 1

Area Strategica

05 - Comunicazione e Relazioni istituzionali

Obiettivo Strategico

5.01 - Migliorare la comunicazione rafforzamento delle relazioni con Istituzioni e altri Organismi [connesso con obiettivo strategico 11.01]

Indicatori

Costituzione della Consulta dei liberi Professionisti entro il 31 dicembre

Peso	50 %
------	------

Programma

5.01.01 - Progetto di

Costituzione della Consulta dei liberi Professionisti entro il 31 dicembre

Stato	---
Target 2013	SI
Target 2014	---
Target 2015	---
Assicurare operatività della Consulta dei Liberi Professionisti	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	---
Target 2014	SI
Target 2015	SI

comunicazione integrata [connesso con programma 11.01.02]

Obiettivo Operativo

5.01.01.01 - Progetto di comunicazione integrata imperniato sull'utilizzo delle tecnologie di rete[connesso con obiettivo 11.01.02.01]

5.01.02 - Costituzione della Consulta dei liberi professionisti

Obiettivo Operativo

5.01.02.01 - Costituzione della Consulta dei liberi professionisti

Indicatori	
Costituzione della Consulta dei liberi Professionisti entro il 31 dicembre	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione

5.01.02.01.01 - Avvio attività per costituzione della Consulta dei liberi professionisti entro il 30 giugno

Indicatori	
Predisposizione avviso entro il 30 giugno	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

Area Strategica

06 - Credito

Obiettivo Strategico

6.01 - Migliorare l'accesso al credito delle Pmi

Indicatori	
Approvazione da parte della Giunta di un nuovo programma sul credito entro il 30 giugno	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI
Target 2014	---
Target 2015	---
Numero imprese richiedenti garanzia su finanziamenti / numero imprese coogaranтите (percentuale)	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 80
Target 2014	>= 80
Target 2015	>= 80

Programma

6.01.01 - Progetti per facilitare l'accesso al credito delle PMI, per il sostegno dei Confidi

Obiettivo Operativo

6.01.01.01 - Iniziative progettuali per facilitare l'accesso al credito delle PMI, per il sostegno dei Confidi e di convenzioni con Banche e Confidi

Indicatori	
Numero imprese richiedenti garanzia su finanziamenti / numero imprese coogaranтите (percentuale)	
Peso	33,33 %
Stato	---
Target 2013	>= 80
Tempo istruttoria (gg intercorsi dalla data di presenazione della domanda o svolgimento comitato tecnico / n. Domande pervenute)	
Peso	33,33 %
Stato	---
Target 2013	<= 60
Approvazione da parte della Giunta di un nuovo programma sul credito entro il 30 giugno	
Peso	33,34 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione

6.01.01.01.01 - Iniziative progettuali per facilitare l'accesso al credito delle PMI, per il sostegno dei Confidi e di convenzioni con Banche e Confidi entro il 30 giugno

Indicatori	
Numero imprese richiedenti garanzia su finanziamenti / numero imprese coogaranтите (percentuale)	
Peso	33,33 %
Stato	---
Target 2013	>= 80
Tempo istruttoria (gg intercorsi dalla data di presenazione della domanda o svolgimento comitato tecnico / n. Domande pervenute)	
Peso	33,33 %
Stato	---
Target 2013	<= 60
Approvazione da parte della Giunta di un nuovo programma sul credito entro il 30 giugno	
Peso	33,34 %
Stato	---
Target 2013	SI

Area Strategica

07 - Sviluppo imprenditoriale

Obiettivo Strategico

7.01 - Favorire la nascita di nuove imprese, con attenzione alle imprese giovanili e innovative

Indicatori	
N. Seminari	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	= 2
Target 2014	= 2
Target 2015	= 2

Programma

7.01.01 - Creazione di strumenti per l'orientamento, l'accoglienza, l'informazione, l'assistenza per gli aspiranti imprenditori

Obiettivo Operativo

7.01.01.01 - Servizi integrati per la nuova imprenditorialità (Innova)

Indicatori			Azione
N. Seminari			7.01.01.01 - Realizzazione seminari informativi entro il 30 giugno
Peso		100 %	
Stato		---	
Target 2013		= 2	

Indicatori		
N. Seminari		
Peso		100 %
Stato		---
Target 2013		= 1

7.02 - Promuovere l'imprenditoria femminile

Indicatori			Programma	Obiettivo Operativo			Azione		
N. corsi di formazione			7.02.01 - Comitato per lo sviluppo dell'imprenditorialità femminile	7.02.01.01 - Corsi di formazione e stages (di concerto con l'Azienda speciale Innova), e altre iniziative di sostegno all'imprenditoria femminile			7.02.01.01.01 - organizzazione corsi di formazione per imprenditoria femminile entro il 30 giugno		
Peso	50 %								
Stato	---								
Target 2013	= 1								
Target 2014	= 2								
Target 2015	= 2								
N. Seminari									
Peso	50 %								
Stato	---								
Target 2013	= 1								
Target 2014	= 1								
Target 2015	= 1								

Indicatori			Azione
N. Seminari			7.02.01.01.01 - organizzazione corsi di formazione per imprenditoria femminile entro il 30 giugno
Peso		100 %	
Stato		---	
Target 2013		= 1	

Indicatori		
N. corsi di formazione		
Peso		100 %
Stato		---
Target 2013		= 1

7.03 - Promozione imprese sociali

Indicatori			Programma	Obiettivo Operativo			Azione		
Monitoraggio e partecipazione attività Distretti Italiani ed eventuale confluenza Distretti italiani in Unionfiliere			7.03.01 - Costituzione Comitato per l'imprenditorialità sociale e il microcredito	7.03.01.01 - Costituzione Comitato per l'imprenditorialità sociale e il microcredito			7.03.01.01.01 - organizzazione corsi di formazione per imprenditoria femminile entro il 30 giugno		
Peso	100 %								
Stato	---								
Target 2013	SI								
Target 2014	SI								
Target 2015	SI								

Indicatori		
Predisposizione atti per la costituzione di un Comitato per l'imprenditorialità sociale e il microcredito		
Peso		100 %
Stato		---
Target 2013		SI

7.04 - Sostenere le Reti di impresa, Distretti industriali e Sistemi produttivi locali

Indicatori			Programma	Obiettivo Operativo			Azione		
Monitoraggio e partecipazione attività Distretti Italiani ed eventuale confluenza Distretti italiani in Unionfiliere			7.04.01 - Iniziative per lo sviluppo delle Reti di impresa, dei Distretti industriali e dei Sistemi produttivi locali	7.04.01.01 - Sostegno dei Distretti industriali e dei Sistemi produttivi locali (adesione a Distretti italiani)			7.04.01.01 - Sostegno dei Distretti industriali e dei Sistemi produttivi locali (adesione a Distretti italiani) entro il 30 giugno		
Peso	50 %								
Stato	---								
Target 2013	SI								
Target 2014	---								
Target 2015	---								
Partecipazione ad eventi Distretti italiani / Unionfiliere									
Peso	50 %								
Stato	---								
Target 2013	---								
Target 2014	SI								
Target 2015	SI								

Indicatori			Azione
Monitoraggio e partecipazione attività Distretti Italiani ed eventuale confluenza Distretti italiani in Unionfiliere			7.04.01.01 - Sostegno dei Distretti industriali e dei Sistemi produttivi locali (adesione a Distretti italiani) entro il 30 giugno
Peso		100 %	
Stato		---	
Target 2013		SI	

Indicatori		
Monitoraggio e partecipazione attività Distretti Italiani ed eventuale confluenza Distretti italiani in Unionfiliere		
Peso		100 %
Stato		---
Target 2013		SI

Indicatori			Programma	Obiettivo Operativo		
7.04.02 - Contributi per la partecipazione a fiere			7.04.02 - Contributi per la partecipazione a fiere	7.04.02.01 - Sostegno alle imprese mediante contributi per la partecipazione a fiere		
7.04.02.01 - Sostegno alle imprese mediante contributi per la partecipazione a fiere						

Indicatori		
7.04.02.01 - Sostegno alle imprese mediante contributi per la partecipazione a fiere		

Chiusura istruttoria istanze contributo partecipazione fiere	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

Area Strategica

08 - Innovazione

Obiettivo Strategico

8.01 - Diffondere la cultura dell'innovazione, della ricerca e del trasferimento tecnologico

Indicatori	
Attivazione PIP e proposta di collaborazione con Enti di ricerca (2013), Evento con Associazioni di categoria (2014), Bilancio dell'attività (2015)	
Peso	14,29 %
Stato	---
Target 2013	= 1
Target 2014	= 1
Target 2015	= 1
Apertura sportello informativo (Brevetti)	
Peso	14,29 %
Stato	---
Target 2013	= 1
Target 2014	---
Target 2015	---
Seminari di formazione (brevetti)	
Peso	14,29 %
Stato	---
Target 2013	= 1
Target 2014	---
Target 2015	---
Formazione personale interno	
Peso	14,29 %
Stato	---
Target 2013	---
Target 2014	= 1
Target 2015	---
Diffusione Istituti scolastici	
Peso	14,29 %
Stato	---
Target 2013	---
Target 2014	---
Target 2015	= 4
Anticipazione dei tempi di pubblicazione Bando rispetto anno precedente	
Peso	14,29 %
Stato	---
Target 2013	SI
Target 2014	SI
Target 2015	SI
Incremento tempi di pubblicazione Bando AIDA rispetto anno precedente	
Peso	14,26 %
Stato	---
Target 2013	SI
Target 2014	SI
Target 2015	SI

Programma

8.01.01 - Tutela della proprietà intellettuale (Marchi e brevetti, istituzione del PIP)

Obiettivo Operativo

8.01.01.01 - Istituzione di un Patent Information Point (PIP)

Indicatori	
Attivazione PIP	
Peso	25 %
Stato	---
Target 2013	SI
Formazione personale a progetto	
Peso	5 %
Stato	---
Target 2013	SI
Avvio consulenza esterna	
Peso	20 %
Stato	---
Target 2013	SI
Proposta di collaborazione con Enti di ricerca/Università	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione

8.01.01.01.01 - Istituzione di un Patent Information Point (PIP) entro il 30 giugno

Indicatori	
Attivazione PIP	
Peso	33,33 %
Stato	---
Target 2013	SI
Formazione personale a progetto	
Peso	33,33 %
Stato	---
Target 2013	SI
Avvio consulenza esterna	
Peso	33,34 %
Stato	---
Target 2013	SI

8.01.01.02 - Potenziamento e qualificazione dell'attività svolta dall'Ufficio Brevetti e Marchi

Indicatori	
Acquisizione telematica domande brevetto/marchio	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	= 5

Azione

8.01.01.02.01 - Potenziamento e qualificazione dell'attività svolta dall'Ufficio Brevetti e Marchi entro il 30 giugno

Indicatori	
Attivazione postazione (Uff.brevetti e marchi)	
Peso	33,33 %
Stato	---
Target 2013	SI
Formazione personale	
Peso	33,33 %
Stato	---
Target 2013	SI
Avvio consulenza esterna	
Peso	33,34 %
Stato	---
Target 2013	SI

8.01.02 - Sostegno dei progetti di innovazione delle imprese

Obiettivo Operativo

8.01.02.01 - Selezione e sostegno di progetti di innovazione presso le Aziende (Bando AIDA)

Indicatori	
Pubblicazione annualità 2013 con apertura dei termini previsti entro il 30 settembre 2013	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI
Apertura dei termini del Bando per un periodo più ampio rispetto al 2012	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione

8.01.02.01.01 - Selezione e sostegno di progetti di innovazione presso le Aziende (Bando AIDA) entro il 30 giugno

Indicatori	
Chiusura procedure BAndo 2012	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI
Predisposizione linee guida Bando AIDA	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI

8.02 - Favorire l'interazione delle PMI con Centri di Ricerca e Università

Indicatori

Programma

N. accordi/convenzioni sottoscritti	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	= 2
Target 2014	= 2
Target 2015	= 2

8.02.01 - Progetti con Università e Parchi scientifici e tecnologici

Obiettivo Operativo

8.02.01.01 - Iniziative in partnership con Università e Parchi scientifici e tecnologici mediante sviluppo di Progetti speciali (Innova)

Indicatori

N. accordi/convenzioni sottoscritti	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	= 2

Azione

8.02.01.01.01 - Sottoscrizione accordi/convenzioni entro il 30 giugno

Indicatori

N. accordi/convenzioni sottoscritti	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	= 2

Area Strategica

09 - Formazione

Obiettivo Strategico

9.01 - Aumentare il livello di competitività delle imprese attraverso lo sviluppo di capitale umano

Indicatori

Incremento percentuale n.di corsi per dipendenti rispetto all'anno precedente	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 3
Target 2014	>= 2
Target 2015	>= 2
Incremento percentuale n. di corsi per imprenditori rispetto all'anno precedente	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 2
Target 2014	>= 2
Target 2015	>= 2

Programma

9.01.01 - Potenziamento delle attività di formazione continua rivolte a dipendenti di impresa

Obiettivo Operativo

9.01.01.01 - Iniziative di formazione continua rivolte a dipendenti di impresa (Innova)

Indicatori

Incremento percentuale n.di corsi per dipendenti rispetto all'anno precedente	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 3

Azione

9.01.01.01.01 - Iniziative di formazione continua rivolte a dipendenti di impresa entro il 30 giugno

Indicatori

Incremento percentuale n.di corsi per dipendenti rispetto all'anno precedente	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 1

9.01.02 - Accrescere le competenze gestionali e imprenditoriali

Obiettivo Operativo

9.01.02.01 - Iniziative di formazione destinate agli Imprenditori (Innova)

Indicatori

Incremento percentuale n. di corsi per imprenditori rispetto all'anno precedente	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 2

Azione

9.01.02.01.01 - Iniziative di formazione destinate agli Imprenditori entro il 30 giugno

Indicatori

Incremento percentuale n. di corsi per imprenditori rispetto all'anno precedente	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 1

9.02 - Diffondere la cultura d' impresa e avvicinare le nuove generazioni al mondo del lavoro

Indicatori

N. Istituti scolastici con cui sottoscrivere convenzioni	
Peso	25 %
Stato	---
Target 2013	= 10
Target 2014	= 10
Target 2015	= 10
N. Stage attivati	
Peso	25 %
Stato	---
Target 2013	>= 80
Target 2014	>= 80
Target 2015	>= 80
Realizzazione iniziative di sensibilizzazione sulle opportunità offerte dagli ITS	
Peso	25 %
Stato	---

Programma

9.02.01 - Progetti di "alternanza scuola lavoro", orientamento, stage, tirocini e laboratori d'impresa

Obiettivo Operativo

9.02.01.01 - Progetti di "alternanza scuola lavoro", orientamento, stage, tirocini e laboratori d'impresa (Innova)

Indicatori

N. Stage attivati	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	= 80

Azione

9.02.01.01.01 - Progetti di "alternanza scuola lavoro", orientamento, stage, tirocini e

Target 2013	SI
Target 2014	SI
Target 2015	SI
N. di corsi e seminari per apprendisti	
Peso	25 %
Stato	---
Target 2013	= 3
Target 2014	= 3
Target 2015	= 3

laboratori d'impresa entro il 30 giugno

Indicatori	
N. Istituti scolastici con cui sottoscrivere convenzioni	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	= 10

9.02.02 - Istruzione Tecnica Superiore (ITS)

Obiettivo Operativo

9.02.02.01 - Iniziative di integrazione tra istruzione, formazione e lavoro (ITS) (Innova)

Indicatori	
Realizzazione iniziative di sensibilizzazione sulle opportunità offerte dagli ITS	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

9.02.03 - Rilancio dell'Apprendistato

Obiettivo Operativo

9.02.03.01 Formazione dei giovani in apprendistato (Innova)

Indicatori	
N. di corsi e seminari per apprendisti	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	= 3

Azione

9.02.03.01.01 - Attività di formazione dei giovani in apprendistato entro il 30 giugno

Indicatori	
N. di corsi e seminari per apprendisti	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 2

Area Strategica

10 - Internazionalizzazione

Obiettivo Strategico

10.01 - Promuovere l'internazionalizzazione del territorio e la competitività delle imprese all'estero

Indicatori	
CSI - Indice di soddisfazione delle imprese (percentuale)	
Peso	60 %
Stato	---
Target 2013	>= 80
Target 2014	>= 80
Target 2015	>= 80
Imprese partecipanti in programmi sul tema dell'internazionalizzazione	
Peso	40 %
Stato	---
Target 2013	= 100
Target 2014	= 100
Target 2015	= 100

Programma

10.01.01 - Azioni per la promozione delle specificità settoriali

Obiettivo Operativo

10.01.01.01 - Progetti e azioni per la promozione delle specificità settoriali (Aspin)

Indicatori	
Imprese partecipanti in programmi sul tema dell'internazionalizzazione	
Peso	40 %
Stato	---
Target 2013	= 100
CSI - Indice di soddisfazione delle imprese (percentuale)	
Peso	60 %
Stato	---
Target 2013	>= 80

Azione

10.01.01.01.01 - Progetti e azioni per la promozione delle specificità settoriali (Aspin) entro il 30 giugno

Indicatori	
Imprese partecipanti in programmi sul tema dell'internazionalizzazione	
Peso	40 %
Stato	---
Target 2013	= 50
CSI - Indice di soddisfazione delle imprese (percentuale)	
Peso	60 %
Stato	---
Target 2013	>= 80

10.01.02 - Coordinare le attività locali con gli indirizzi strategici di sistema nazionale e regionale

Obiettivo Operativo

10.01.02.01 - Fiere internazionali; Incoming; Missioni d'affari; Promuovere l'aumento delle nuove imprese esportatrici - SIAFT matricole (Aspin)

Indicatori	
CSI - Indice di soddisfazione delle imprese (percentuale)	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 80

Azione

10.01.02.01.01 - Fiere internazionali; Incoming; Missioni d'affari; Promuovere l'aumento delle nuove imprese esportatrici -

SIAFT matricole (Aspin) entro il 30 giugno

Indicatori	
CSI - Indice di soddisfazione delle imprese (percentuale)	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 80

10.02 - Potenziare le leve per la competizione internazionale e stimolare la crescita delle imprese

Indicatori	
Imprese partecipanti ai corsi di formazione/workshop/seminari sul tema delle reti di impresa	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 20
Target 2014	>= 30
Target 2015	>= 40
Iniziative realizzate per promozione economica dell'innovazione e del design	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 5
Target 2014	>= 7
Target 2015	>= 9

Programma
10.02.01 - Iniziative di sostegno delle Reti di impresa sui mercati internazionali

Obiettivo Operativo

10.02.01.01 - Iniziative di sostegno delle Reti di impresa sui mercati internazionali (Aspin)

Indicatori	
Imprese partecipanti ai corsi di formazione/workshop/seminari sul tema delle reti di impresa	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 20

Azione

10.02.01.01.01 - Iniziative di sostegno delle Reti di impresa sui mercati internazionali (Aspin) entro il 30 giugno

Indicatori	
Imprese partecipanti ai corsi di formazione/workshop/seminari sul tema delle reti di impresa	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 10

10.02.02 - Progetti di innovazione e design per l'impresa internazionale

Obiettivo Operativo

10.02.02.01 - Progetti speciali di innovazione e design per l'impresa internazionale (Aspin)

Indicatori	
Iniziative realizzate per promozione economica dell'innovazione e del design	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 3

Azione

10.02.02.01.01 - Progetti speciali di innovazione e design per l'impresa internazionale (Aspin) entro il 30 giugno

Indicatori	
Iniziative realizzate per promozione economica dell'innovazione e del design	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 2

10.03 - Riaffermare fortemente il ruolo della Camera di commercio per le imprese sui mercati internazionali

Indicatori	
Attività, workshop e seminari realizzati sul tema dell'internazionalizzazione	
Peso	33,33 %
Stato	---
Target 2013	>= 5
Target 2014	>= 5
Target 2015	>= 5
Avvio procedure preliminari apertura sportello internazionalizzazione: partecipazione moduli formativi e realizzazione campagna promozionale (Servizio IV)	
Peso	33,33 %
Stato	---
Target 2013	SI
Target 2014	---
Target 2015	---
Apertura a pieno regime sportello internazionalizzazione. Numero di aziende assistite (contatti, informazioni, assistenza) - (Servizio IV)	
Peso	33,34 %
Stato	---
Target 2013	---
Target 2014	>= 30
Target 2015	>= 50

Programma
10.03.01 - Sviluppo di uno sportello per l'internazionalizzazione: servizi di informazione, certificazione, etc.

Obiettivo Operativo

10.03.01.01 - Sviluppo di uno sportello per l'internazionalizzazione: servizi di informazione, certificazione, etc.

Indicatori	
Attività, workshop e seminari realizzati sul tema dell'internazionalizzazione	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 5
Realizzazione campagna promozionale sulla base delle indicazioni Unioncamere mediante incontri con imprese esportatrici ed Associazioni di categoria (Servizio IV)	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione

10.03.01.01.01 - Sviluppo di uno sportello per l'internazionalizzazione: servizi di informazione, certificazione, etc. entro il 30 giugno

Indicatori	
Attività, workshop e seminari realizzati sul tema dell'internazionalizzazione	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 2
Partecipazione al ciclo di moduli formativi sugli sportelli per l'internazionalizzazione previsti dall'Unioncamere (Servizio IV)	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI

Area Strategica

11 - Marketing territoriale

Obiettivo Strategico

11.01 - Attrarre investimenti mediante il miglioramento della qualità della vita e del territorio

Indicatori	
Predisposizione bando per operatore gestore web e azioni di sensibilizzazione nei confronti dei comuni della provincia di Frosinone al modello di sviluppo delle smart cities	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI
Target 2014	SI
Target 2015	SI
Progetti di marketing territoriale e comunicazione integrata	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	---
Target 2014	>= 1
Target 2015	>= 2

Programma

11.01.01 - Smart city

Obiettivo Operativo

11.01.01.01 - Iniziative per avvicinare i comuni della provincia di Frosinone al modello di svilu

Indicatori	
Smart cities - Azioni di sensibilizzazione nei confronti dei comuni della provincia di Frosinone	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione

11.01.01.01.01 - Iniziative per avvicinare i comuni della provincia di Frosinone al modello di sviluppo delle smart cities, nell'ambito delle scelte regionali, entro il 30 giugno

Indicatori	
Smart cities - Azioni di sensibilizzazione nei confronti dei comuni della provincia di Frosinone	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

11.01.02 - Portale Unico della Ciociaria e altri progetti di marketing territoriale, anche in sinergia con Università, Centri di ricerca e di Alta formazione. Recupero siti industriali

Obiettivo Operativo

11.01.02.01 - Attivazione di iniziative per sensibilizzare e promuovere la costituzione di un Portale Unico della Ciociaria

Indicatori	
Sensibilizzazione di almeno n. 3 altri Soggetti, pubblico e/o privati, da coinvolgere nel progetto di una struttura informatica unica territoriale	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI
Predisposizione bando per operatore gestore web	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI

Area Strategica

12 - Filiera del turismo e valorizzazione integrata del territorio

Obiettivo Strategico

12.01 - Valorizzare e promuovere in un'ottica integrata le leve attrattive del turismo provinciale

Indicatori	
CSI - Indice di soddisfazione delle imprese (percentuale)	
Peso	16,67 %
Stato	---
Target 2013	>= 80
Target 2014	>= 80
Target 2015	>= 80
Screening dei principali eventi turistico culturali, realizzaione di una prima mappatura provinciale e realizzazione di almeno n. 15 schede eventi	
Peso	16,67 %
Stato	---
Target 2013	SI
Target 2014	---
Target 2015	---
Aggiornamento della mappatura provinciale e di almeno n. 20 schede evento	
Peso	16,67 %
Stato	---
Target 2013	---
Target 2014	SI
Target 2015	---
aggiornamento della mappatura provinciale e di almeno n. 25 schede evento	
Peso	16,67 %
Stato	---
Target 2013	---
Target 2014	---
Target 2015	SI

Programma

12.01.01 - Valorizzazione delle potenzialità turistiche - Turismo termale, religioso, culturale (Progetto Medioevo in Ciociaria, ecc) [connesso con obiettivo 12.02.01.01]

12.01.02 - Iniziative per la qualificazione dell'offerta ricettiva

Obiettivo Operativo

12.01.02.01 - Valorizzazione internazionale dell'offerta turistica locale con il marchio "ospitalità italiana" (Aspin)

Indicatori	
CSI (operatori turismo)	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 80
Incremento imprese partecipanti all'evento	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 10

Azione

12.01.02.01.01 - Valorizzazione internazionale dell'offerta turistica locale con il marchio "ospitalità italiana" entro il 30 giugno (Aspin)

Indicatori	
CSI (operatori turismo)	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 80

Individuazione di idonei indicatori, predisposizione della griglia e valutazione, relativamente agli eventi mappati (in percentuale)

Peso	16,67 %
Stato	---
Target 2013	>= 60
Target 2014	>= 65
Target 2015	---

Ottenimento di indicazioni utili sui risultati derivanti dalla partecipazione a Vinitaly da parte di almeno il 70% delle aziende interessate

Peso	16,65 %
Stato	---
Target 2013	---
Target 2014	---
Target 2015	SI

12.01.03 - Animazione del territorio mediante il sostegno di eventi selezionati che abbiano ampia risonanza

Obiettivo Operativo

12.01.03.01 - Selezione e sostegno di eventi di ampia risonanza per l'animazione del territorio

Indicatori

Individuazione di idonei indicatori, predisposizione della griglia e valutazione, relativamente agli eventi mappati (in percentuale)

Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 60

Azione

12.01.03.01.01 - Selezione e sostegno di eventi di ampia risonanza per l'animazione del territorio entro il 30 giugno

Indicatori

Screening dei principali eventi turistico culturali, realizzazione di una prima mappatura provinciale e realizzazione di almeno n. 15 schede eventi

Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

12.01.04 - Politiche di alleanza con i grandi attrattori di prossimità

Obiettivo Operativo

12.01.04.01 - Accordi per l'attuazione di politiche sul turismo con i grandi attrattori di prossimità [Vedi obiettivo 12.02.01.01]

12.02 - Valorizzare il patrimonio locale

Indicatori

Ottenimento di indicazioni utili sui servizi camerale e sulla partecipazione all'evento fieristico da parte delle aziende intervistate (percentuale)

Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 60
Target 2014	>= 65
Target 2015	>= 70

Programma

12.02.01 - Iniziative di valorizzazione del patrimonio architettonico e artistico

Obiettivo Operativo

12.02.01.01 - Partecipazione a fiere specializzate nel settore turistico, enogastronomico, nell'artistico, e nelle altre produzioni tipiche

Indicatori

Medioevo in Ciociaria: collaborazione per la partecipazione all'evento della fiaccola benedettina (Parigi, marzo 2013)

Peso	25 %
Stato	---
Target 2013	---

Ottenimento di indicazioni utili sui servizi camerale e sulla partecipazione all'evento fieristico da parte delle aziende intervistate (percentuale)

Peso	25 %
Stato	---
Target 2013	>= 60

Predisposizione e somministrazione del questionario gradimento servizi e analisi dei fabbisogni: fiera TTG incontri.

Peso	25 %
Stato	---
Target 2013	SI

Predisposizione atti amministrativi per almeno un accordo per l'attuazione di politiche sul turismo tra gli Organi camerale e i grandi attrattori di prossimità

Peso	25 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione

12.02.01.01.01 - Partecipazione a fiere specializzate nel settore turistico, enogastronomico, nell'artistico, e nelle altre produzioni tipiche entro il 30 giugno

Indicatori

Ottenimento di indicazioni utili sui servizi camerale e sulla partecipazione all'evento fieristico da parte delle aziende intervistate (percentuale)

Peso	33,33 %
Stato	---
Target 2013	>= 60

Predisposizione del questionario gradimento servizi ed analisi dei fabbisogni: fiera Vinitaly

Peso	33,33 %
Stato	---
Target 2013	SI

Medioevo in Ciociaria: collaborazione per la partecipazione all'evento della fiaccola benedettina (Parigi, marzo 2013)

Peso	33,34 %
Stato	---
Target 2013	SI

Area Strategica

13 - Valorizzazione delle produzioni locali

Obiettivo Strategico

13.01 - Valorizzare le eccellenze enogastronomiche ed artigianali

Indicatori

N. di eventi da organizzare (Innova)

Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	= 1
Target 2014	= 1
Target 2015	= 1

Programma

13.01.01 - Progetti finalizzati (filiera corta, progetto di tutela della biodiversità, ecc.

Obiettivo Operativo

13.01.01.01 - Progetti finalizzati - Organizzazione di un evento per la valorizzazione delle produzioni

artigianali (Innova)

Indicatori	
N. di eventi da organizzare (Innova)	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	= 1

13.02 - Valorizzare le produzioni tipiche e i prodotti a Denominazione di Origine

Indicatori	
Realizzazione e messa a regime per l'utilizzo da parte dell'utenza compresa attività di diffusione	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI
Target 2014	---
Target 2015	---
N. di giornate di utilizzo della Sala	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	---
Target 2014	= 30
Target 2015	= 40

Programma

13.02.01 - Potenziamento delle funzioni di Ente di controllo per le produzioni agroalimentari a D.O.

Obiettivo Operativo

13.02.01.01 - Iniziative per il potenziamento delle funzioni di ente di controllo per le produzioni

Indicatori	
Pareri al prelievo / Numero richieste pervenute (attestazione vini a DO) - percentuale	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 80
Numero verifiche commissionate / (domande pervenute + soggetti sorteggiati) (attività di controllo sui soggetti aderenti alle DO) - percentuale	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 80

Azione

13.02.01.01.01 - Iniziative per il potenziamento delle funzioni di ente di controllo per le produzioni entro il 30 giugno

Indicatori	
Pareri al prelievo / Numero richieste pervenute (attestazione vini a DO) - percentuale	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 80
Numero verifiche commissionate / (domande pervenute + soggetti sorteggiati) (attività di controllo sui soggetti aderenti alle DO) - percentuale	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	>= 80

13.02.02 - Progetto Sala Panel

Obiettivo Operativo

13.02.02.01 - Attivazione di una Sala Panel

Indicatori	
Realizzazione e messa a regime per l'utilizzo da parte dell'utenza compresa attività di diffusione	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione

13.02.02.01.01 - Sottoscrizione accordi per concessione locali per Sala Panel entro il 30 giugno

Indicatori	
Sottoscrizione Accordi per concessione locali e avvio lavori per realizzazione Sala Panel	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

Area Strategica

14 - Green economy

Obiettivo Strategico

14.01 - Sostenere la produzione di energia, riqualificazione e valorizzazione dell'ambiente

Indicatori	
Avvio attività a seguito dell'approvazione del progetto entro il 30 giugno	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI
Target 2014	---
Target 2015	---
Incontri per la giusta condivisione del progetto con Associazioni di categoria e Aziende del distretto del marmo di Coreno Ausonio oltre che con Sindaci dei Comuni interessati	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	---
Target 2014	SI
Target 2015	---

Programma

14.01.01 - Sostegno delle iniziative finalizzate alle produzioni agricole energetiche nella Valle del Sacco

Obiettivo Operativo

14.01.01.01 - Sensibilizzazione verso i produttori agricoli per favorire produzioni agricole energetiche

Indicatori	
Realizzazione di un seminario sulle produzioni agricole energetiche nella Valle del Sacco	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	>= 1

14.01.02 - Promozione della cultura della green economy

Obiettivo Operativo

14.01.02.01 Progetto speciale sulla green economy (Innova)

Indicatori

Avvio attività a seguito dell'approvazione del progetto entro il 30 giugno	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI
Incontri per la giusta condivisione del progetto con Associazioni di categoria e Aziende del distretto del marmo di Coreno Ausonio oltre che con Sindaci dei Comuni interessati	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione		
14.01.02.01.01 - Avvio attività a seguito dell'approvazione del progetto entro il 30 giugno		
Indicatori		
Avvio attività a seguito dell'approvazione del progetto entro il 30 giugno		
Peso	100 %	
Stato	---	
Target 2013	SI	

Area Strategica

15 - Infrastrutture

Obiettivo Strategico

15.01 - Sostenere la competitività del territorio mediante l'ammodernamento delle infrastrutture

Indicatori	
Avvio attività a seguito dell'approvazione del progetto entro il 30 giugno	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI
Target 2014	---
Target 2015	---
Incontri con Associazioni di categoria avvio dell'attività di diffusione sul territorio	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI
Target 2014	---
Target 2015	---

Programma

15.01.01 - Banda larga

Obiettivo Operativo

15.01.01.01 - Progetto speciale di promozione e sensibilizzazione delle imprese all'utilizzo della banda larga (Innova)

Indicatori	
Avvio attività a seguito dell'approvazione del progetto entro il 30 giugno	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI
Incontri con Associazioni di categoria avvio dell'attività di diffusione sul territorio	
Peso	50 %
Stato	---
Target 2013	SI

Azione		
15.01.01.01.01 - Avvio attività a seguito dell'approvazione del progetto entro il 30 giugno		
Indicatori		
Avvio attività a seguito dell'approvazione del progetto entro il 30 giugno		
Peso	100 %	
Stato	---	
Target 2013	SI	

15.01.02 - Miglioramento della mobilità delle persone nei collegamenti con Roma

Obiettivo Operativo

15.01.02.01 - Realizzazione di uno studio per il miglioramento della mobilità delle persone nei collegamenti con Roma

Indicatori	
Incarico per predisposizione studio mobilità verso Roma	
Peso	100 %
Stato	---
Target 2013	SI

Area strategica: 01 - Servizi amministrativi all'impresa e al cittadino

Servizi amministrativi all'impresa e al cittadino

Obiettivo strategico: 1.01 - Migliorare la qualità, l'efficienza e l'economicità dei servizi camerali

Migliorare la qualità, l'efficienza e l'economicità dei servizi camerali

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Completa operatività dei pagamenti con strumenti elettronici (POS)	20	---	Anno: 2013 SI
			Anno: 2014 ---
			Anno: 2015 ---
Informatizzazione su più casse	20	---	Anno: 2013 ---
			Anno: 2014 SI
			Anno: 2015 ---
Invio avvisi di pagamento via e-mail (percentuale)	20	---	Anno: 2013 >= 75%
			Anno: 2014 >= 80%
			Anno: 2015 >= 85%
Progressiva informatizzazione delle procedure per il rilascio e conservazione dei certificati di origine. Percentuale di cert. inoltrati in via telematica rispetto alle richieste presentate.	20	---	Anno: 2013 >= 10
			Anno: 2014 >= 20
			Anno: 2015 >= 30
Miglioramento tempi evasione istanze di cancellazione protesti rispetto all'anno precedente	20	---	Anno: 2013 SI
			Anno: 2014 SI
			Anno: 2015 SI

Programma: 1.01.01 - Agenda digitale, Dematerializzazione, Pagamenti elettronici, PEC

Agenda digitale, Dematerializzazione, Pagamenti elettronici, PEC

Obiettivo operativo: 1.01.01.01 - Riorganizzazione procedure pagamenti dell'utenza con utilizzo di strumenti elettronici

Riorganizzazione procedure pagamenti dell'utenza con utilizzo di strumenti elettronici

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE

Unità organizzative coinvolte

A3.2 SERVIZIO VII - RISORSE FINANZIARIE E PROVVEDITORATO

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Completa operatività dei pagamenti con strumenti elettronici (POS)	100	---	SI

Azione: 1.01.01.01.01 - Installazione POS entro il 30 giugno

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Installazione POS	100	---	SI

Obiettivo operativo: 1.01.01.02 - Sviluppo iscrizione PEC delle imprese e attivazione del canale PEC-PEC per le comunicazioni alle imprese

Sviluppo iscrizione PEC delle imprese e attivazione del canale PEC-PEC per le comunicazioni alle imprese

Responsabili: DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA

Unità organizzative coinvolte

A2.1 SERVIZIO II - REGISTRO IMPRESE, COMMISSIONE ARTIGIANATO E ALBO ARTIGIANI

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Iscrizione delle pratiche PEC pervenute di imprese individuali (in percentuale)	50	---	>= 80
Trasmissione di comunicazioni via PEC alle imprese che sono in possesso di PEC attiva (in percentuale)	50	---	>= 80

Azione: 1.01.01.02.01 - Sviluppo iscrizione PEC e attivazione canale PEC-PEC entro il 30 giugno

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Iscrizione delle pratiche PEC pervenute di imprese individuali (in percentuale)	50	---	>= 10
Trasmissione di comunicazioni via PEC alle imprese che sono in possesso di PEC attiva (in percentuale)	50	---	>= 40

Obiettivo operativo: 1.01.01.03 - Dematerializzazione documentazione interna/esterna mediante maggiore utilizzo dei supporti digitali

-Dematerializzazione documentazione interna/esterna mediante maggiore utilizzo dei supporti digitali

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE

Unità organizzative coinvolte

A3.2 SERVIZIO VII - RISORSE FINANZIARIE E PROVVEDITORATO

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Invio avvisi di pagamento via e-mail (percentuale)	100	---	>= 75%

Azione: 1.01.01.03.01 - Dematerializzazione documentazione interna/esterna mediante maggiore utilizzo dei supporti digitali entro il 30 giugno

Dematerializzazione documentazione interna/esterna mediante maggiore utilizzo dei supporti digitali

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Invio avvisi di pagamento via e-mail (percentuale)	100	---	>= 70%

Obiettivo operativo: 1.01.01.04 - Estensione della dotazione della PEC Ufficio ai diversi Servizi

Estensione della dotazione della PEC Ufficio ai diversi Servizi

Responsabili: SEGRETARIO GENERALE
--

Unità organizzative coinvolte

A1.2	SERVIZIO I - SEGRETERIA GENERALE, RELAZIONI ISTITUZIONALI, AFFARI GENERALI, PROGRAMMAZIONE, CONTROLLO DI GESTIONE, URP
-------------	--

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Estensione della dotazione PEC Ufficio ai diversi Servizi entro il 30 giugno	100	---	SI

Azione: 1.01.01.04.01 - Estensione della dotazione della PEC Ufficio ai diversi Servizi entro il 30 giugno

Estensione della dotazione della PEC Ufficio ai diversi Servizi

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Estensione della dotazione PEC Ufficio ai diversi Servizi entro il 30 giugno	100	---	SI

Obiettivo operativo: 1.01.01.05 - Riorganizzazione e mappatura dei procedimenti amministrativi

Riorganizzazione e mappatura dei procedimenti amministrativi

Responsabili: SEGRETARIO GENERALE
--

Unità organizzative coinvolte

A1.2	SERVIZIO I - SEGRETERIA GENERALE, RELAZIONI ISTITUZIONALI, AFFARI GENERALI, PROGRAMMAZIONE, CONTROLLO DI GESTIONE, URP
A2.1	SERVIZIO II - REGISTRO IMPRESE, COMMISSIONE ARTIGIANATO E ALBO ARTIGIANI
A2.2	SERVIZIO III - S.G. QUALITA', SICUREZZA LUOGHI DI LAVORO (EX L.626), UFFICIO METRICO
A2.3	SERVIZIO IV - ALBI, RUOLI, REGISTRI, COMMERCIO ESTERO, MACINAZIONE
A2.4	SERVIZIO V - RISORSE UMANE, AFFARI LEGALI, BREVETTI E MARCHI, CONCILIAZIONE E ARBITRATO, SANZIONI AMMINISTRATIVE
A3.1	SERVIZIO VI - STUDI E STATISTICHE, PROMOZIONE ECONOMICA, PREZZI, PROTESTI
A3.2	SERVIZIO VII - RISORSE FINANZIARIE E PROVVEDITORATO
A3.3	SERVIZIO VIII - AGRICOLTURA, CREDITO, IMPRENDITORIA FEMMINILE, ORGANISMO DI CONTROLLO D.O.

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Riorganizzazione e mappatura dei procedimenti amministrativi entro il 31 maggio	100	---	SI

Azione: 1.01.01.05.01 - Riorganizzazione e mappatura dei procedimenti amministrativi entro il 31 maggio

Riorganizzazione e mappatura dei procedimenti amministrativi

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Riorganizzazione e mappatura dei procedimenti amministrativi entro il 31 maggio	100	---	SI

Obiettivo operativo: 1.01.01.06 - Riorganizzazione dei procedimenti amministrativi (1)

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE

Unità organizzative coinvolte

A3.2 SERVIZIO VII - RISORSE FINANZIARIE E PROVVEDITORATO

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Invio in autonomia del modello Unico e del modello 770	100	---	SI

Azione: 1.01.01.06.01 - Riorganizzazione dei procedimenti amministrativi (1) entro il 30 giugno

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Invio in autonomia della Comunicazione IVA	100	---	SI

Obiettivo operativo: 1.01.01.07 - Riorganizzazione procedimenti amministrativi (2)

Riorganizzazione procedimenti amministrativi (2)

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE

Unità organizzative coinvolte

A3.2 SERVIZIO VII - RISORSE FINANZIARIE E PROVVEDITORATO

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
N.giorni trascorsi dalla data dell' atto di liquidazione alla data del mandato	100	---	<= 15

Azione: 1.01.01.07.01 - Riorganizzazione procedimenti amministrativi (2) entro il 30 giugno

Riorganizzazione procedimenti amministrativi (2)

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
N.giorni trascorsi dalla data dell' atto di liquidazione alla data del mandato	100	---	<= 15

Obiettivo operativo: 1.01.01.08 - Informazione graduale e progressiva dei certificati di origine

Informazione graduale e progressiva dei certificati di origine

Responsabili: DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA
--

Unità organizzative coinvolte

A2.3 SERVIZIO IV - ALBI, RUOLI, REGISTRI, COMMERCIO ESTERO, MACINAZIONE
--

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Progressiva informatizzazione delle procedure per il rilascio e conservazione dei certificati di origine. Percentuale di cert. inoltrati in via telematica rispetto alle richieste presentate.	100	---	>= 10

Azione: 1.01.01.08.01 - Informatizzazione graduale e progressiva dei certificati di origine entro il 30 giugno

Informazione graduale e progressiva dei certificati di origine

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Realizzazione incontro con i grandi utenti per l'adesione alla gestione dell'inoltro telematico delle richieste dei certificati d'origine	100	---	SI

Programma: 1.01.02 - Migliorare qualità archivi camerali

Migliorare qualità archivi camerali

Obiettivo operativo: 1.01.02.01 - Miglioramento qualità archivi camerali, revisione banche dati con cancellazioni d'ufficio avviate nel periodo 2011-2012

Miglioramento qualità archivi camerali, revisione banche dati con cancellazioni

Responsabili: DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA
--

Unità organizzative coinvolte

A2.1 SERVIZIO II - REGISTRO IMPRESE, COMMISSIONE ARTIGIANATO E ALBO ARTIGIANI
--

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Cancellazione delle imprese per le quali il Tribunale ne abbia disposto il relativo provvedimento (80% del totale progetto 2011-2013)	100	---	SI

Azione: 1.01.02.01.01 - Pubblicazione sul sito istituzionale del provvedimento di Cancellazione delle imprese entro il 30 giugno

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Pubblicazione sul sito istituzionale del provvedimento di Cancellazione delle imprese per cui il Tribunale ha disposto il relativo provvedimento (80% del totale progetto 2011-2013) entro il 30 giugno	100	---	SI

Obiettivo operativo: 1.01.02.02 - Conversione d'ufficio dei requisiti professionali per le imprese installatrici di impianti civili e industriali

Conversione d'ufficio dei requisiti professionali per le imprese installatrici di impianti negli edifici civili ed industriali (dalla L. 46/1990 alla nuova disciplina del D.M. 37/2008)

Responsabili: DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA

Unità organizzative coinvolte

A2.1 SERVIZIO II - REGISTRO IMPRESE, COMMISSIONE ARTIGIANATO E ALBO ARTIGIANI

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Iscrizione delle pratiche regolarizzate (percentuale pratiche)	100	---	= 100

Azione: 1.01.02.02.01 - Notifica avvio del procedimento conversione d'ufficio alle imprese entro il 30 giugno**KPI Associati**

Indicatori	Peso	Stato	Target
Notifica avvio del procedimento alle imprese (percentuale imprese)	100	---	= 100

Obiettivo operativo: 1.01.02.03 - Attivazione di campagna destinata alle imprese iscritte negli ex albi e ruoli

Attivazione di campagna destinata alle imprese iscritte negli ex albi e ruoli (revisione agenti e rappresentanti e agenti di affari in mediazione)

Responsabili: DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA
--

Unità organizzative coinvolte

A2.1 SERVIZIO II - REGISTRO IMPRESE, COMMISSIONE ARTIGIANATO E ALBO ARTIGIANI
--

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Realizzazione campagne di comunicazione tramite piattaforma CRM	100	---	= 2

Azione: 1.01.02.03.01 - Attivazione della campagna attraverso il sito istituzionale, campagna CRM e stampa entro il 30 giugno

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Realizzazione campagne di comunicazione tramite piattaforma CRM	100	---	= 1

Programma: 1.01.03 - Razionalizzazione modalità erogazione servizi a sportello

Razionalizzazione modalità erogazione servizi a

Obiettivo operativo: 1.01.03.01 - Razionalizzazione delle modalità di erogazione dei servizi a sportello mediante concentrazione delle attività di front office

Razionalizzazione delle modalità di erogazione dei servizi a sportello mediante concentrazione delle attività di front office

Responsabili: SEGRETARIO GENERALE, DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE, DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA**KPI Associati**

Indicatori	Peso	Stato	Target
Miglioramento tempo di evasione istanze di cancellazione protesti rispetto al periodo precedente (gg)	33,33	---	<= 5,74
Attuazione processi Front Office (ob. Gruppo)	33,33	---	SI
Mappatura e ridefinizione delle modalità di erogazione dei servizi entro il 30 giugno (ob.gruppo)	33,34	---	SI

Azione: 1.01.03.01.01 - Razionalizzazione delle modalità di erogazione dei servizi a sportello mediante concentrazione delle attività di front office entro il 30 giugno

Razionalizzazione delle modalità di erogazione dei servizi a sportello mediante concentrazione delle attività di front office

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Mappatura e ridefinizione delle modalità di erogazione dei servizi entro il 30 giugno (ob.gruppo)	100	---	SI

Obiettivo operativo: 1.01.03.02 - Decertificazione. Campagna informativa per l'utilizzo canale**VerifichePA per controllo autodichiarazioni**

Decertificazione. Campagna informativa per l'utilizzo canale VerifichePA per controllo autodichiarazioni

Responsabili: DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA
--

Unità organizzative coinvolte

A2.1 SERVIZIO II - REGISTRO IMPRESE, COMMISSIONE ARTIGIANATO E ALBO ARTIGIANI
--

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Realizzazione di Campagne informative	100	---	= 2

Azione: 1.01.03.02.01 - Realizzazione campagna informativa entro il 30 giugno

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Realizzazione di Campagne informative	100	---	= 1

Obiettivo strategico: 1.02 - Migliorare l'accessibilità ai servizi camerali anagraf-cert. e svil.digitale del territorio

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Realizzazione di Campagne informative	50	---	Anno: 2013 >= 2 Anno: 2014 >= 1 Anno: 2015 >= 1
Apertura di sportelli telematici	50	---	Anno: 2013 >= 2 Anno: 2014 >= 1 Anno: 2015 >= 1

Programma: 1.02.01 - SUAP
SUAP**Obiettivo operativo: 1.02.01.01 - Coordinamento delle attività dei SUAP che hanno affidato, in delega, alla Camera di Commercio il supporto tecnologico dello sportello**

Coordinamento delle attività dei SUAP che hanno affidato, in delega, alla Camera di Commercio il supporto tecnologico dello sportello, ed iniziative per il miglioramento della gestione del servizio.

Responsabili: DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA

Unità organizzative coinvolte

A2.1 SERVIZIO II - REGISTRO IMPRESE, COMMISSIONE ARTIGIANATO E ALBO ARTIGIANI

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Realizzazione di Campagne informative	50	---	= 2

Indicatori	Peso	Stato	Target
Realizzazione di un Tavolo tecnico e di coordinamento tra Comuni aderenti e gli Enti terzi	50	---	SI

Azione: 1.02.01.01.01 - Coordinamento delle attività di SUAP, realizzazione campagne informative entro il 30 giugno

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Realizzazione di Campagne informative	100	---	= 1

Programma: 1.02.02 - Convenzioni con Ass.Cat.,sportelli telematico decentrato

Convenzioni con Ass.Cat.,sportelli telematico decentrato

Obiettivo operativo: 1.02.02.01 - Valorizzazione della rete degli sportelli telematici in Convenzione con le Associazioni di categoria

Valorizzazione della rete degli sportelli telematici in Convenzione con le Associazioni di categoria

Responsabili: DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA
--

Unità organizzative coinvolte

A2.1 SERVIZIO II - REGISTRO IMPRESE, COMMISSIONE ARTIGIANATO E ALBO ARTIGIANI
--

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Apertura di sportelli telematici	100	---	= 2

Azione: 1.02.02.01.01 - Riproposizione della convenzione con Associazioni di categoria entro il 30 giugno

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Riproposizione della Convenzione entro il 30 giugno	100	---	SI

Area strategica: 02 - Regolazione del mercato e tutela del consumatore

Regolazione del mercato e tutela del consumatore

Obiettivo strategico: 2.01 - Promuovere la cultura della mediazione civile, ridurre e semplificare il contenzioso

Promuovere la cultura della mediazione civile volontaria, delegata e da clausole contrattuali, ridurre e semplificare il contenzioso tra consumatori e imprese, tra imprese e imprese

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Aumento percentuale del n. di corsi rispetto all'anno precedente (Mediazione)	33,33	---	Anno: 2013 = 5 Anno: 2014 = 2 Anno: 2015 = 2
Aumento percentuale del n. di mediazioni e conciliazioni rispetto all'anno precedente	33,33	---	Anno: 2013 = 5 Anno: 2014 = 2 Anno: 2015 = 2
Eventi di sensibilizzazione per Ordini e Consigli (Arbitrato)	33,34	---	Anno: 2013 = 4 Anno: 2014 = 4 Anno: 2015 = 2

Programma: 2.01.01 - Mediazione, Conciliazione e Arbitrato

Mediazione, Conciliazione e Arbitrato

Obiettivo operativo: 2.01.01.01 - Organizzazione corsi base e di aggiornamento per mediatori, e seminari per la diffusione della mediazione volontaria; Sviluppo servizi di Mediazione Civile e Conciliazione (Innova)

Organizzazione corsi base e di aggiornamento per mediatori, e seminari per la diffusione della mediazione volontaria; Sviluppo servizi di Mediazione Civile e Conciliazione (Innova)

Unità organizzative coinvolte

A5 AZIENDA SPECIALE INNOVA

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Aumento percentuale del n. di corsi rispetto all'anno precedente (Mediazione)	50	---	= 5
Aumento percentuale del n. di mediazioni e conciliazioni rispetto all'anno precedente	50	---	= 5

Azione: 2.01.01.01.01 - Organizzazione di corsi e seminari; Sviluppo servizi di Mediazione Civile e Conciliazione entro il 30 giugno

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Aumento percentuale del n. di corsi rispetto all'anno precedente (Mediazione)	50	---	= 2
Aumento percentuale del n. di mediazioni e conciliazioni rispetto all'anno precedente	50	---	= 2

Obiettivo operativo: 2.01.01.02 - Iniziative per il miglioramento dei servizi di Arbitrato

Iniziative per il miglioramento dei servizi di Arbitrato

Responsabili: DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA
--

Unità organizzative coinvolte

A2.4	SERVIZIO V - RISORSE UMANE, AFFARI LEGALI, BREVETTI E MARCHI, CONCILIAZIONE E ARBITRATO, SANZIONI AMMINISTRATIVE
-------------	--

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Eventi di sensibilizzazione per Ordini e Consigli (Arbitrato)	50	---	= 4
Predisposizione bozza di convenzione	50	---	SI

Azione: 2.01.01.02.01 - Iniziative per il miglioramento dei servizi di Arbitrato entro il 30 giugno

Iniziative per il miglioramento dei servizi di Arbitrato

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Redazione materiale informativo/prontuario	100	---	SI

Obiettivo strategico: 2.02 - Diffondere una cultura della legalità e della trasparenza

Diffondere una cultura della legalità e della trasparenza

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Incremento percentuale del numero di verifiche metriche (esclusi i distributori di carburante)	20	---	Anno: 2013 >= 4
			Anno: 2014 >= 2
			Anno: 2015 >= 1
Attuazione programma di controlli sui prodotti	20	---	Anno: 2013 SI
			Anno: 2014 SI
			Anno: 2015 SI
Eventi in Istituti scolastici	20	---	Anno: 2013 = 3
			Anno: 2014 = 3
			Anno: 2015 = 3
Realizzazione campagna radiofonica per valorizzare l'attività della Commissione clausole vessatorie (passaggi radio)	20	---	Anno: 2013 = 50
			Anno: 2014 = 50
			Anno: 2015 >= 50
Realizzazione articoli per la stampa per valorizzare l'attività della Commissione clausole vessatorie	20	---	Anno: 2013 = 2
			Anno: 2014 = 2
			Anno: 2015 = 2

Programma: 2.02.01 - Metrologia legale

Metrologia legale

Obiettivo operativo: 2.02.01.01 - Incremento del numero di verifiche presso utenti metrici e

potenziamento delle attività di sorveglianza

Incremento del numero di verifiche presso utenti metrici e potenziamento delle attività di sorveglianza

Responsabili: DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA
--

Unità organizzative coinvolte

A2.2 SERVIZIO III - S.G. QUALITA', SICUREZZA LUOGHI DI LAVORO (EX L.626), UFFICIO METRICO
--

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Incremento percentuale del numero di verifiche metriche (esclusi i distributori di carburante)	50	---	>= 4
Aumento numero di ispezioni presso distributori di carburante rispetto anno precedente	50	---	>= 3

Azione: 2.02.01.01.01 - Incremento del numero di verifiche presso utenti metrici e potenziamento delle attività di sorveglianza entro il 30 giugno

Incremento del numero di verifiche presso utenti metrici e potenziamento delle attività di sorveglianza

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Incremento percentuale del numero di verifiche metriche (esclusi i distributori di carburante)	50	---	>= 2
Aumento numero di ispezioni presso distributori di carburante rispetto anno precedente	50	---	>= 1

Programma: 2.02.02 - Controllo sui prodotti e Tutela del "Made in Italy"

Controllo sui prodotti e Tutela del "Made in Italy"

Obiettivo operativo: 2.02.02.01 - Potenziamento delle attività di controllo sui prodotti

Potenziamento delle attività di controllo sui prodotti

Responsabili: DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA
--

Unità organizzative coinvolte

A2.2 SERVIZIO III - S.G. QUALITA', SICUREZZA LUOGHI DI LAVORO (EX L.626), UFFICIO METRICO

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Attuazione programma di controlli sui prodotti	100	---	SI

Azione: 2.02.02.01.01 - Potenziamento delle attività di controllo sui prodotti entro il 30 giugno

Potenziamento delle attività di controllo sui prodotti

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Definizione programma di controlli sui prodotti	100	---	SI

Programma: 2.02.03 - Altre iniziative di tutela del consumatore e del mercato

Altre iniziative di tutela del consumatore

Obiettivo operativo: 2.02.03.01 - Progetto per la diffusione della cultura della legalità presso le scuole

Progetto per la diffusione della cultura della legalità presso le scuole

Responsabili: DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA
--

Unità organizzative coinvolte

A2.4	SERVIZIO V - RISORSE UMANE, AFFARI LEGALI, BREVETTI E MARCHI, CONCILIAZIONE E ARBITRATO, SANZIONI AMMINISTRATIVE
-------------	--

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Eventi in Istituti scolastici	100	---	= 3

Azione: 2.02.03.01.01 - Progetto per la diffusione della cultura della legalità presso le scuole entro il 30 giugno

Progetto per la diffusione della cultura della legalità presso le scuole

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Predisposizione materiale didattico	25	---	SI
Eventi in Istituti scolastici	75	---	= 1

Obiettivo operativo: 2.02.03.02 - Controllo a campione dichiarazioni sost. atti notorietà per certificati di origine

Responsabili: DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA
--

Unità organizzative coinvolte

A2.3 SERVIZIO IV - ALBI, RUOLI, REGISTRI, COMMERCIO ESTERO, MACINAZIONE
--

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Percentuale di controlli a campione delle dichiarazioni sostitutive di atto di notorietà concernente il rilascio di certificati d'origine	100	---	>= 7,5

Azione: 2.02.03.02.01 - Controllo a campione dichiarazioni sost. atti notorietà per certificati di origine entro il 30 giugno

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Percentuale di controlli a campione delle dichiarazioni sostitutive di atto di notorietà concernente il rilascio di certificati d'origine	100	---	>= 7,5

Programma: 2.02.04 - Marchio di Garanzia camerale, Commissione Clausole Vessatorie, Procedure manifestazioni a premio

Marchio di Garanzia camerale, Commissione Clausole Vessatorie, Procedure manifestazioni a premio

Obiettivo operativo: 2.02.04.01 - Iniziative per la valorizzazione della Commissione Clausole Vessatorie e per la divulgazione delle Procedure per manifestazioni a premio

Iniziative per la valorizzazione della Commissione Clausole Vessatorie e per la divulgazione delle Procedure per manifestazioni a premio

Responsabili: DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA
--

Unità organizzative coinvolte

A2.4 SERVIZIO V - RISORSE UMANE, AFFARI LEGALI, BREVETTI E MARCHI, CONCILIAZIONE E ARBITRATO, SANZIONI AMMINISTRATIVE
--

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Realizzazione campagna radiofonica per valorizzare l'attività della Commissione clausole vessatorie (passaggi radio)	25	---	= 50
Realizzazione articoli per la stampa per valorizzare l'attività della Commissione clausole vessatorie	25	---	= 2
Realizzazione incontri con Associazioni	50	---	= 2

Azione: 2.02.04.01.01 - Iniziative per la valorizzazione della Commissione Clausole Vessatorie e per la divulgazione delle Procedure per manifestazioni a premio entro il 30 giugno

Iniziative per la valorizzazione della Commissione Clausole Vessatorie e per la divulgazione delle Procedure per manifestazioni a premio

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Predisposizione del materiale per campagna stampa/radiofonica	100	---	SI

Area strategica: 03 - Studi e ricerche economiche

Studi e ricerche economiche

Obiettivo strategico: 3.01 - Rafforzare l'utilizzo costante dell'informazione statistica

Rafforzare l'utilizzo costante dell'informazione statistica come strumento di analisi e di comprensione dei fenomeni economici e del fabbisogno del territorio, da porre a supporto delle decisioni strategiche

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
N. incontri con Istituti Scolastici (Innova)	25	---	Anno: 2013 = 3
			Anno: 2014 = 4
			Anno: 2015 = 4
Predisposizione Rapporti Osservatorio Economico	25	---	Anno: 2013 >= 2
			Anno: 2014 >= 3
			Anno: 2015 >= 4
Progettazione realizzazione Osservatorio sul commercio	25	---	Anno: 2013 SI
			Anno: 2014 ---
			Anno: 2015 ---
Predisposizione Rapporti su Osservatorio Commercio	25	---	Anno: 2013 ---
			Anno: 2014 >= 1
			Anno: 2015 >= 2

Programma: 3.01.01 - Osservatorio economico

Osservatorio economico

Obiettivo operativo: 3.01.01.01 - Realizzazione dell'osservatorio economico

Realizzazione dell'osservatorio economico

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE

Unità organizzative coinvolte

A3.1 SERVIZIO VI - STUDI E STATISTICHE, PROMOZIONE ECONOMICA, PREZZI, PROTESTI

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Predisposizione Rapporti Osservatorio Economico	100	---	>= 2

Azione: 3.01.01.01.01 - Realizzazione dell'osservatorio economico (affidamento incarico) entro il 30 giugno

Realizzazione dell'osservatorio economico

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Affidamento incarico Istituto di Ricerca per Osservatorio Economico 2013	100	---	SI

Programma: 3.01.02 - Osservatorio sul commercio

Osservatorio sul commercio

Obiettivo operativo: 3.01.02.01 - Avvio del progetto per la realizzazione dell'osservatorio del commercio

Avvio del progetto per la realizzazione dell'osservatorio del commercio

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE

Unità organizzative coinvolte

A3.1 SERVIZIO VI - STUDI E STATISTICHE, PROMOZIONE ECONOMICA, PREZZI, PROTESTI

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Predisposizione questionario indagine Osservatorio Commercio	100	---	SI

Azione: 3.01.02.01.01 - Avvio del progetto per la realizzazione dell'osservatorio del commercio (stesura documento progettazione) entro il 30 giugno

Avvio del progetto per la realizzazione dell'osservatorio del commercio

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Stesura documento progettazione Osservatorio Commercio	100	---	SI

Programma: 3.01.03 - Rilevazione dei fabbisogni professionali delle imprese

Rilevazione dei fabbisogni professionali delle imprese

Obiettivo operativo: 3.01.03.01 - Valorizzazione dei dati Excelsior (Innova)

Valorizzazione dei dati Excelsior (Innova)

Unità organizzative coinvolte

A5 AZIENDA SPECIALE INNOVA

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
N. incontri con Istituti Scolastici (Innova)	100	---	= 3

Azione: 3.01.03.01.01 - Realizzare incontri con Istituti scolastici entro il 30 giugno**KPI Associati**

Indicatori	Peso	Stato	Target
N. incontri con Istituti Scolastici (Innova)	100	---	= 1

Programma: 3.01.04 - Costituzione di un Organismo permanente per le attività di analisi territoriale e studi sociali, economici e ambientali nella provincia di Frosinone

Costituzione di un Organismo permanente per le attività di analisi territoriale e studi sociali, economici e ambientali nella provincia di Frosinone

Obiettivo operativo: 3.01.04.01 - Costituzione di un tavolo di analisi territoriale sulle tematiche più rilevanti per la realtà economica locale

Costituzione di un tavolo di analisi territoriale sulle tematiche più rilevanti per la realtà economica locale

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE

Unità organizzative coinvolte

A3.1 SERVIZIO VI - STUDI E STATISTICHE, PROMOZIONE ECONOMICA, PREZZI, PROTESTI

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Tavolo di analisi territoriale	100	---	SI

Azione: 3.01.04.01.01 - Costituzione di un tavolo di analisi territoriale sulle tematiche più rilevanti per la realtà economica locale entro il 30 giugno

Costituzione di un tavolo di analisi territoriale sulle tematiche più rilevanti per la realtà economica locale

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Tavolo di analisi territoriale	100	---	SI

Area strategica: 04 - Sviluppo organizzativo

Sviluppo organizzativo

Obiettivo strategico: 4.01 - Ottimizzare il processo di programmazione, valutazione e rendicontazione

Ottimizzare il processo di programmazione, valutazione e rendicontazione

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Informatizzazione del piano della performance	33,33	---	Anno: 2013 SI
			Anno: 2014 SI
			Anno: 2015 SI
Attivazione della rilevazione della CSI entro il 31 dicembre	33,33	---	Anno: 2013 SI
			Anno: 2014 SI
			Anno: 2015 SI
Aggiornamento Piano della trasparenza	33,34	---	Anno: 2013 SI
			Anno: 2014 SI
			Anno: 2015 SI

Programma: 4.01.01 - Ciclo della Performance

Ciclo della Performance

Obiettivo operativo: 4.01.01.01 - Estensione dell'informatizzazione delle attività di gestione del Ciclo della Performance

Estensione dell'informatizzazione delle attività di gestione del Ciclo della Performance per il miglioramento e semplificazione dei monitoraggi e della rendicontazione

Responsabili: SEGRETARIO GENERALE

Unità organizzative coinvolte

A1.2 SERVIZIO I - SEGRETERIA GENERALE, RELAZIONI ISTITUZIONALI, AFFARI GENERALI, PROGRAMMAZIONE, CONTROLLO DI GESTIONE, URP

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Estensione dell'utilizzo del Sistema Febe, al fine del monitoraggio, ai Responsabili di Servizio e Aziende Speciali entro il 31 luglio	100	---	SI

Azione: 4.01.01.01.01 - Estensione dell'informatizzazione delle attività di gestione del Ciclo della Performance entro il 30 giugno

Estensione dell'informatizzazione delle attività di gestione del Ciclo della Performance per il miglioramento e semplificazione dei monitoraggi e della rendicontazione

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Predisposizione, con informatizzazione piano, Sistema Febe per l'estensione, ai fini del monitoraggio, ai Responsabili di Servizio e Aziende Speciali entro il 30 giugno	100	---	SI

Obiettivo operativo: 4.01.01.02 Rilevazione della customer satisfaction

Rilevazione della customer satisfaction

Responsabili: SEGRETARIO GENERALE**Unità organizzative coinvolte****A1.2** SERVIZIO I - SEGRETERIA GENERALE, RELAZIONI ISTITUZIONALI, AFFARI GENERALI, PROGRAMMAZIONE, CONTROLLO DI GESTIONE, URP**KPI Associati**

Indicatori	Peso	Stato	Target
Attivazione della rilevazione della CSI entro il 31 dicembre	100	---	SI

Programma: 4.01.02 - Trasparenza

Trasparenza

Obiettivo operativo: 4.01.02.01 - Aggiornamento Piano della trasparenza e presentazione relative iniziative (giornata trasparenza)

Aggiornamento Piano della trasparenza e presentazione relative iniziative (giornata trasparenza)

Responsabili: SEGRETARIO GENERALE
--

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
n° giornate della trasparenza	50	---	>= 1
Aggiornamento Piano della trasparenza	50	---	SI

Azione: 4.01.02.01.01 - Aggiornamento Piano della trasparenza entro il 30 giugno

Aggiornamento Piano della trasparenza e presentazione relative iniziative (giornata trasparenza)

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Aggiornamento Piano della trasparenza	100	---	SI

Obiettivo strategico: 4.02 - Sviluppare le risorse umane, economiche, finanziarie e patrimoniali dell'Ente

Sviluppare le risorse umane, economiche, finanziarie e patrimoniali dell'Ente

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Attivazione di azioni formative per l'utilizzo di applicativi gestionali su gruppi omogenei di personale (sviluppo risorse umane)	33,33	---	Anno: 2013 = 1 Anno: 2014 = 1 Anno: 2015 = 1
Potenziamento della rete interna e condivisione gestionale	33,33	---	Anno: 2013 --- Anno: 2014 --- Anno: 2015 SI
Avvio di un percorso di formazione trasversale per il personale (benessere organizzativo)	33,34	---	Anno: 2013 SI Anno: 2014 SI Anno: 2015 SI

Programma: 4.02.01 - Valorizzazione delle risorse umane e sviluppo di competenze manageriali, organizzative e

Valorizzazione delle risorse umane e sviluppo di competenze manageriali, organizzative e tecniche

Obiettivo operativo: 4.02.01.01 - Aggiornamento e valorizzazione delle competenze professionali delle risorse umane

Aggiornamento e valorizzazione delle competenze professionali delle risorse umane

Responsabili: DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA
--

Unità organizzative coinvolte

A2.4 SERVIZIO V - RISORSE UMANE, AFFARI LEGALI, BREVETTI E MARCHI, CONCILIAZIONE E ARBITRATO, SANZIONI AMMINISTRATIVE
--

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Realizzazione giornate di formazione (competenze informatiche)	100	---	= 8

Azione: 4.02.01.01.01 - Aggiornamento e valorizzazione delle competenze professionali delle risorse umane entro il 30 giugno

Aggiornamento e valorizzazione delle competenze professionali delle risorse umane

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Avvio corsi (competenze informatiche)	100	---	SI

Programma: 4.02.02 - Iniziative per il Benessere Organizzativo

Iniziative per il Benessere Organizzativo

Obiettivo operativo: 4.02.02.01 - Sviluppo di una iniziativa per il miglioramento del Benessere Organizzativo

Sviluppo di una iniziativa per il miglioramento del Benessere Organizzativo

Responsabili: DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA
--

Unità organizzative coinvolte

A2.4	SERVIZIO V - RISORSE UMANE, AFFARI LEGALI, BREVETTI E MARCHI, CONCILIAZIONE E ARBITRATO, SANZIONI AMMINISTRATIVE
-------------	--

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Realizzazione della/e giornate di formazione	100	---	= 1

Azione: 4.02.02.01.01 - Sviluppo di una iniziativa per il miglioramento del Benessere Organizzativo entro il 30 giugno

Sviluppo di una iniziativa per il miglioramento del Benessere Organizzativo

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Attivazione percorso e fissazione del programma (benessere organizzativo)	100	---	SI

Programma: 4.02.03 - Iniziative per garantire l'integrità

Iniziative per garantire l'integrità

Obiettivo operativo: 4.02.03.01 - Avvio di attività organizzative e formative finalizzate a garantire l'integrità prevenendo rischi di fenomeni di corruzione

Avvio di attività organizzative e formative finalizzate a garantire l'integrità prevenendo rischi di fenomeni di corruzione

Responsabili: SEGRETARIO GENERALE

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Predisposizione e attuazione piano per prevenire rischi fenomeni corruzione entro i termini previsti dalla normativa	100	---	SI

Azione: 4.02.03.01.01 - Avvio di attività organizzative e formative finalizzate a garantire l'integrità prevenendo rischi di fenomeni di corruzione (situazione al 30 giugno)

Avvio di attività organizzative e formative finalizzate a garantire l'integrità prevenendo rischi di fenomeni di corruzione

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Avvio attività per predisposizione piano per prevenire rischi fenomeni di corruzione entro i termini previsti dalla normativa	100	---	SI

Programma: 4.02.04 - Valorizzare i beni patrimoniali dell'Ente

Valorizzare i beni patrimoniali dell'Ente

Obiettivo operativo: 4.02.04.01 - Ottimizzazione della gestione del patrimonio immobiliare dell'Ente

Ottimizzazione della gestione del patrimonio immobiliare dell'Ente

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE

Unità organizzative coinvolte

A3.2 SERVIZIO VII - RISORSE FINANZIARIE E PROVVEDITORATO

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Attuazione decisioni della Giunta relative alla riorganizzazione dell'utilizzo del patrimonio immobiliare	100	---	SI

Azione: 4.02.04.01.01 - Ottimizzazione della gestione del patrimonio immobiliare dell'Ente entro il 30 giugno

Ottimizzazione della gestione del patrimonio immobiliare dell'Ente

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Esame della Giunta della riorganizzazione dell'utilizzo del patrimonio immobiliare, tenuto conto delle nuove disposizioni normative in materia di revisione della spesa pubblica, entro il 30 giugno	100	---	SI

Programma: 4.02.05 - Migliorare la gestione delle risorse economiche, finanziarie e patrimoniali dell'Ente

Migliorare la gestione delle risorse economiche, finanziarie e patrimoniali dell'Ente

Obiettivo operativo: 4.02.05.01 - Iniziative per il miglioramento dell'efficienza delle procedure di acquisizione delle risorse economiche e finanziarie dell'Ente

Iniziative per il miglioramento dell'efficienza delle procedure di acquisizione delle risorse economiche e finanziarie dell'Ente

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE

Unità organizzative coinvolte

A3.2 SERVIZIO VII - RISORSE FINANZIARIE E PROVVEDITORATO

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
(Tot. autotutele accolte T / tot. imprese messe a ruolo T) - (Tot.autotutele accolte T-1 / tot.imprese messe a ruolo T-1) [percentuale]	50	---	= -0,1
(importi F24 competenza 2012 incassati nel 2013 / tot.importi F24 incassati nel 2013) - (importi F24 competenza 2011 incassati nel 2012 / tot.importi F24 incassati nel 2012) [percentuale]	50	---	>= 1

Area strategica: 05 - Comunicazione e Relazioni istituzionali

Comunicazione e Relazioni istituzionali

Obiettivo strategico: 5.01 - Migliorare la comunicazione rafforzamento delle relazioni con Istituzioni e altri Organismi [connesso con obiettivo strategico 11.01]

Migliorare la comunicazione e rafforzamento delle relazioni con Istituzioni e altri Organismi del territorio e del Sistema camerale

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Costituzione della Consulta dei liberi Professionisti entro il 31 dicembre	50	---	Anno: 2013 SI
			Anno: 2014 ---
			Anno: 2015 ---
Assicurare operatività della Consulta dei Liberi Professionisti	50	---	Anno: 2013 ---
			Anno: 2014 SI
			Anno: 2015 SI

Programma: 5.01.01 - Progetto di comunicazione integrata [connesso con programma 11.01.02]

Progetto di comunicazione integrata

Obiettivo operativo: 5.01.01.01 - Progetto di comunicazione integrata imperniato sull'utilizzo delle tecnologie di rete[connesso con obiettivo 11.01.02.01]

Progetto di comunicazione integrata imperniato sull'utilizzo delle tecnologie di rete

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE

Programma: 5.01.02 - Costituzione della Consulta dei liberi professionisti

Costituzione della Consulta dei liberi professionisti

Obiettivo operativo: 5.01.02.01 - Costituzione della Consulta dei liberi professionisti

Costituzione della Consulta dei liberi professionisti

Responsabili: SEGRETARIO GENERALE
--

Unità organizzative coinvolte

A1.2	SERVIZIO I - SEGRETERIA GENERALE, RELAZIONI ISTITUZIONALI, AFFARI GENERALI, PROGRAMMAZIONE, CONTROLLO DI GESTIONE, URP
-------------	--

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Costituzione della Consulta dei liberi Professionisti entro il 31 dicembre	100	---	SI

Azione: 5.01.02.01.01 - Avvio attività per costituzione della Consulta dei liberi professionisti entro il 30 giugno

Costituzione della Consulta dei liberi professionisti

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Predisposizione avviso entro il 30 giugno	100	---	SI

Area strategica: 06 - Credito

Credito

Obiettivo strategico: 6.01 - Migliorare l'accesso al credito delle Pmi

Migliorare l'accesso al credito delle Pmi rafforzando il sistema di garanzia e la cooperazione con il sistema bancario e con le altre Istituzioni del territorio

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Approvazione da parte della Giunta di un nuovo programma sul credito entro il 30 giugno	50	---	Anno: 2013 SI Anno: 2014 --- Anno: 2015 ---
Numero imprese richiedenti garanzia su finanziamenti / numero imprese coogarantite (percentuale)	50	---	Anno: 2013 >= 80 Anno: 2014 >= 80 Anno: 2015 >= 80

Programma: 6.01.01 - Progetti per facilitare l'accesso al credito delle PMI, per il sostegno dei Confidi

Progetti per facilitare l'accesso al credito delle PMI, per il sostegno dei Confidi e di convenzioni con Banche e Confidi

Obiettivo operativo: 6.01.01.01 - Iniziative progettuali per facilitare l'accesso al credito delle PMI, per il sostegno dei Confidi e di convenzioni con Banche e Confidi

Iniziative progettuali per facilitare l'accesso al credito delle PMI, per il sostegno dei Confidi e di convenzioni con Banche e Confidi

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE

Unità organizzative coinvolte

A3.3 SERVIZIO VIII - AGRICOLTURA, CREDITO, IMPRENDITORIA FEMMINILE, ORGANISMO DI CONTROLLO D.O.

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Numero imprese richiedenti garanzia su finanziamenti / numero imprese coogaranite (percentuale)	33,33	---	>= 80
Tempo istruttoria (gg intercorsi dalla data di presenazione della domanda o svolgimento comitato tecnico / n. Domande pervenute)	33,33	---	<= 60
Approvazione da parte della Giunta di un nuovo programma sul credito entro il 30 giugno	33,34	---	SI

Azione: 6.01.01.01.01 - Iniziative progettuali per facilitare l'accesso al credito delle PMI, per il sostegno dei Confidi e di convenzioni con Banche e Confidi entro il 30 giugno

Iniziative progettuali per facilitare l'accesso al credito delle PMI, per il sostegno dei Confidi e di convenzioni con Banche e Confidi

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Numero imprese richiedenti garanzia su finanziamenti / numero imprese coogaranite (percentuale)	33,33	---	>= 80
Tempo istruttoria (gg intercorsi dalla data di presenazione della domanda o svolgimento comitato tecnico / n. Domande pervenute)	33,33	---	<= 60
Approvazione da parte della Giunta di un nuovo programma sul credito entro il 30 giugno	33,34	---	SI

Area strategica: 07 - Sviluppo imprenditoriale

Sviluppo imprenditoriale

Obiettivo strategico: 7.01 - Favorire la nascita di nuove imprese, con attenzione alle imprese giovanili e innovative

Favorire la nascita di nuove imprese, con particolare attenzione alle imprese giovanili e innovative

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
N. Seminari	100	---	Anno: 2013 = 2 Anno: 2014 = 2 Anno: 2015 = 2

Programma: 7.01.01 - Creazione di strumenti per l'orientamento, l'accoglienza, l'informazione, l'assistenza per gli aspiranti imprenditori

Creazione di strumenti per l'orientamento, l'accoglienza, l'informazione, l'assistenza per gli aspiranti imprenditori e per la nascita delle start-up innovative

Obiettivo operativo: 7.01.01.01 - Servizi integrati per la nuova imprenditorialità (Innova)

Servizi integrati per la nuova imprenditorialità (Innova)

Unità organizzative coinvolte

A5 AZIENDA SPECIALE INNOVA

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
N. Seminari	100	---	= 2

Azione: 7.01.01.01.01 - Realizzazione seminari informativi entro il 30 giugno

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
N. Seminari	100	---	= 1

Obiettivo strategico: 7.02 - Promuovere l'imprenditoria femminile

Promuovere l'imprenditoria femminile

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
N. corsi di formazione	50	---	Anno: 2013 = 1
			Anno: 2014 = 2
			Anno: 2015 = 2
N. Seminari	50	---	Anno: 2013 = 1
			Anno: 2014 = 1
			Anno: 2015 = 1

Programma: 7.02.01 - Comitato per lo sviluppo dell'imprenditorialità femminile

Comitato per lo sviluppo dell'imprenditorialità femminile

Obiettivo operativo: 7.02.01.01 - Corsi di formazione e stages (di concerto con l'Azienda speciale Innova), e altre iniziative di sostegno all'imprenditoria femminile

Corsi di formazione e stages (di concerto con l'Azienda speciale Innova), e altre iniziative di sostegno all'imprenditorialità femminile

Unità organizzative coinvolte			
A5	AZIENDA SPECIALE INNOVA		
KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
N. Seminari	100	---	= 1

Azione: 7.02.01.01.01 - organizzazione corsi di formazione per imprenditoria femminile entro il 30 giugno

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
N. corsi di formazione	100	---	= 1

Obiettivo strategico: 7.03 - Promozione imprese sociali

Promozione imprese sociali

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Monitoraggio e partecipazione attività Distretti Italiani ed eventuale confluenza Distretti italiani in Unionfiliera	100	---	Anno: 2013 SI Anno: 2014 SI Anno: 2015 SI

Programma: 7.03.01 - Costituzione Comitato per l'imprenditorialità sociale e il microcredito

Costituzione Comitato per l'imprenditorialità sociale e il microcredito

Obiettivo operativo: 7.03.01.01 - Costituzione Comitato per l'imprenditorialità sociale e il microcredito

Costituzione Comitato per l'imprenditorialità sociale e il microcredito

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE**Unità organizzative coinvolte****A3.1** SERVIZIO VI - STUDI E STATISTICHE, PROMOZIONE ECONOMICA, PREZZI, PROTESTI**KPI Associati**

Indicatori	Peso	Stato	Target
Predisposizione atti per la costituzione di un Comitato per l'imprenditorialità sociale e il microcredito	100	---	SI

Obiettivo strategico: 7.04 - Sostenere le Reti di impresa, Distretti industriali e Sistemi produttivi locali**locali**

Sostenere le Reti di impresa, Distretti industriali e Sistemi produttivi locali, ed altre iniziative imprenditoriali

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Monitoraggio e partecipazione attività Distretti Italiani ed eventuale confluenza Distretti italiani in Unionfiliere	50	---	Anno: 2013 SI
			Anno: 2014 ---
			Anno: 2015 ---
Partecipazione ad eventi Distretti italiani / Unionfiliere	50	---	Anno: 2013 ---
			Anno: 2014 SI
			Anno: 2015 SI

Programma: 7.04.01 - Iniziative per lo sviluppo delle Reti di impresa, dei Distretti industriali e dei Sistemi produttivi locali

Iniziative per lo sviluppo delle Reti di impresa, dei Distretti industriali e dei Sistemi produttivi locali

Obiettivo operativo: 7.04.01.01 - Sostegno dei Distretti industriali e dei Sistemi produttivi locali (adesione a Distretti italiani)

-Sostegno dei Distretti industriali e dei Sistemi produttivi locali (adesione a Distretti italiani)

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE

Unità organizzative coinvolte

A3.1 SERVIZIO VI - STUDI E STATISTICHE, PROMOZIONE ECONOMICA, PREZZI, PROTESTI

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Monitoraggio e partecipazione attività Distretti Italiani ed eventuale confluenza Distretti italiani in Unionfiliere	100	---	SI

Azione: 7.04.01.01 - Sostegno dei Distretti industriali e dei Sistemi produttivi locali (adesione a Distretti italiani) entro il 30 giugno

-Sostegno dei Distretti industriali e dei Sistemi produttivi locali (adesione a Distretti italiani)

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Monitoraggio e partecipazione attività Distretti Italiani ed eventuale confluenza Distretti italiani in Unionfiliera	100	---	SI

Programma: 7.04.02 - Contributi per la partecipazione a fiere

Contributi per la partecipazione a fiere

Obiettivo operativo: 7.04.02.01 - Sostegno alle imprese mediante contributi per la partecipazione a fiere

- Sostegno alle imprese mediante contributi per la partecipazione a fiere

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE

Unità organizzative coinvolte

A3.1 SERVIZIO VI - STUDI E STATISTICHE, PROMOZIONE ECONOMICA, PREZZI, PROTESTI

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Chiusura istruttoria istanze contributo partecipazione fiere	100	---	SI

Area strategica: 08 - Innovazione

Innovazione

Obiettivo strategico: 8.01 - Diffondere la cultura dell'innovazione, della ricerca e del trasferimento tecnologico

Diffondere la cultura dell'innovazione, della ricerca e del trasferimento tecnologico quali strumenti di competitività delle PMI

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Attivazione PIP e proposta di collaborazione con Enti di ricerca (2013), Evento con Associazioni di categoria (2014), Bilancio dell'attività (2015)	14,29	---	Anno: 2013 = 1 Anno: 2014 = 1 Anno: 2015 = 1
Apertura sportello informativo (Brevetti)	14,29	---	Anno: 2013 = 1 Anno: 2014 --- Anno: 2015 ---
Seminari di formazione (brevetti)	14,29	---	Anno: 2013 = 1 Anno: 2014 --- Anno: 2015 ---
Formazione personale interno	14,29	---	Anno: 2013 --- Anno: 2014 = 1 Anno: 2015 ---
Diffusione Istituti scolastici	14,29	---	Anno: 2013 --- Anno: 2014 --- Anno: 2015 = 4

Indicatori	Peso	Stato	Target
Anticipazione dei tempi di pubblicazione Bando rispetto anno precedente	14,29	---	Anno: 2013 SI Anno: 2014 SI Anno: 2015 SI
Incremento tempi di pubblicazione Bando AIDA rispetto anno precedente	14,26	---	Anno: 2013 SI Anno: 2014 SI Anno: 2015 SI

Programma: 8.01.01 - Tutela della proprietà intellettuale (Marchi e brevetti, istituzione del PIP)

Tutela della proprietà intellettuale (Marchi e brevetti, istituzione del PIP)

Obiettivo operativo: 8.01.01.01 - Istituzione di un Patent Information Point (PIP)

Istituzione di un Patent Information Point (PIP)

Responsabili: DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA

Unità organizzative coinvolte

A2.4 SERVIZIO V - RISORSE UMANE, AFFARI LEGALI, BREVETTI E MARCHI, CONCILIAZIONE E ARBITRATO, SANZIONI AMMINISTRATIVE

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Attivazione PIP	25	---	SI
Formazione personale a progetto	5	---	SI
Avvio consulenza esterna	20	---	SI

Indicatori	Peso	Stato	Target
Proposta di collaborazione con Enti di ricerca/Università	50	---	SI

Azione: 8.01.01.01 - Istituzione di un Patent Information Point (PIP) entro il 30 giugno

Istituzione di un Patent Information Point (PIP)

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Attivazione PIP	33,33	---	SI
Formazione personale a progetto	33,33	---	SI
Avvio consulenza esterna	33,34	---	SI

Obiettivo operativo: 8.01.01.02 - Potenziamento e qualificazione dell'attività svolta dall'Ufficio**Brevetti e Marchi**

Potenziamento e qualificazione dell'attività svolta dall'Ufficio Brevetti e Marchi

Responsabili: DIRIGENTE AREA ANAG-CERTIFICATIVA
--

Unità organizzative coinvolte

A2.4	SERVIZIO V - RISORSE UMANE, AFFARI LEGALI, BREVETTI E MARCHI, CONCILIAZIONE E ARBITRATO, SANZIONI AMMINISTRATIVE
-------------	--

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Acquisizione telematica domande brevetto/marchio	100	---	= 5

Azione: 8.01.01.02.01 - Potenziamento e qualificazione dell'attività svolta dall'Ufficio Brevetti e Marchi entro il 30 giugno

Potenziamento e qualificazione dell'attività svolta dall'Ufficio Brevetti e Marchi

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Attivazione postazione (Uff.brevetti e marchi)	33,33	---	SI
Formazione personale	33,33	---	SI
Avvio consulenza esterna	33,34	---	SI

Programma: 8.01.02 - Sostegno dei progetti di innovazione delle imprese

Sostegno dei progetti di innovazione delle imprese

Obiettivo operativo: 8.01.02.01 - Selezione e sostegno di progetti di innovazione presso le Aziende (Bando AIDA)

Selezione e sostegno di progetti di innovazione presso le Aziende (Bando AIDA)

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE

Unità organizzative coinvolte

A3.1 SERVIZIO VI - STUDI E STATISTICHE, PROMOZIONE ECONOMICA, PREZZI, PROTESTI

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Pubblicazione annualità 2013 con apertura dei termini previsti entro il 30 settembre 2013	50	---	SI
Apertura dei termini del Bando per un periodo più ampio rispetto al 2012	50	---	SI

Azione: 8.01.02.01.01 - Selezione e sostegno di progetti di innovazione presso le Aziende (Bando AIDA) entro il 30 giugno

Selezione e sostegno di progetti di innovazione presso le Aziende (Bando AIDA)

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Chiusura procedure BAndo 2012	50	---	SI
Predisposizione linee guida Bando AIDA	50	---	SI

Obiettivo strategico: 8.02 - Favorire l'interazione delle PMI con Centri di Ricerca e Università

Favorire l'interazione delle PMI con strutture qualificate quali Centri di Ricerca e Università

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
N. accordi/convenzioni sottoscritti	100	---	Anno: 2013 = 2 Anno: 2014 = 2 Anno: 2015 = 2

Programma: 8.02.01 - Progetti con Università e Parchi scientifici e tecnologici

Progetti con Università e Parchi scientifici e tecnologici

Obiettivo operativo: 8.02.01.01 - Iniziative in partnership con Università e Parchi scientifici e tecnologici mediante sviluppo di Progetti speciali (Innova)

Iniziative in partnership con Università e Parchi scientifici e tecnologici mediante sviluppo di Progetti speciali (Innova)

Unità organizzative coinvolte	
A5	AZIENDA SPECIALE INNOVA

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
N. accordi/convenzioni sottoscritti	100	---	= 2

Azione: 8.02.01.01.01 - Sottoscrizione accordi/convenzioni entro il 30 giugno

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
N. accordi/convenzioni sottoscritti	100	---	= 2

Area strategica: 09 - Formazione

Formazione

Obiettivo strategico: 9.01 - Aumentare il livello di competitività delle imprese attraverso lo sviluppo di capitale umano

Aumentare il livello di competitività delle imprese attraverso lo sviluppo di capitale umano

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Incremento percentuale n.di corsi per dipendenti rispetto all'anno precedente	50	---	<i>Anno: 2013</i> >= 3
			<i>Anno: 2014</i> >= 2
			<i>Anno: 2015</i> >= 2
Incremento percentuale n. di corsi per imprenditori rispetto all'anno precedente	50	---	<i>Anno: 2013</i> >= 2
			<i>Anno: 2014</i> >= 2
			<i>Anno: 2015</i> >= 2

Programma: 9.01.01 - Potenziamento delle attività di formazione continua rivolte a dipendenti di impresa

Potenziamento delle attività di formazione continua rivolte a dipendenti di impresa

Obiettivo operativo: 9.01.01.01 - Iniziative di formazione continua rivolte a dipendenti di impresa (Innova)

Iniziative di formazione continua rivolte a dipendenti di impresa (Innova)

Unità organizzative coinvolte

A5 AZIENDA SPECIALE INNOVA

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
-------------------	-------------	--------------	---------------

Indicatori	Peso	Stato	Target
Incremento percentuale n.di corsi per dipendenti rispetto all'anno precedente	100	---	>= 3

Azione: 9.01.01.01.01 - Iniziative di formazione continua rivolte a dipendenti di impresa entro il 30 giugno

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Incremento percentuale n.di corsi per dipendenti rispetto all'anno precedente	100	---	>= 1

Programma: 9.01.02 - Accrescere le competenze gestionali e imprenditoriali

Accrescere le competenze gestionali e imprenditoriali

Obiettivo operativo: 9.01.02.01 - Iniziative di formazione destinate agli Imprenditori (Innova)

Iniziative di formazione destinate agli Imprenditori (Innova)

Unità organizzative coinvolte

A5 AZIENDA SPECIALE INNOVA

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Incremento percentuale n. di corsi per imprenditori rispetto all'anno precedente	100	---	>= 2

Azione: 9.01.02.01.01 - Iniziative di formazione destinate agli Imprenditori entro il 30 giugno**KPI Associati**

Indicatori	Peso	Stato	Target
Incremento percentuale n. di corsi per imprenditori rispetto all'anno precedente	100	---	>= 1

Obiettivo strategico: 9.02 - Diffondere la cultura d'impresa e avvicinare le nuove generazioni al mondo del lavoro

Diffondere la cultura d'impresa e avvicinare le nuove generazioni al mondo del lavoro

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
N. Istituti scolastici con cui sottoscrivere convenzioni	25	---	Anno: 2013 = 10
			Anno: 2014 = 10
			Anno: 2015 = 10
N. Stage attivati	25	---	Anno: 2013 >= 80
			Anno: 2014 >= 80
			Anno: 2015 >= 80
Realizzazione iniziative di sensibilizzazione sulle opportunità offerte dagli ITS	25	---	Anno: 2013 SI
			Anno: 2014 SI
			Anno: 2015 SI
N. di corsi e seminari per apprendisti	25	---	Anno: 2013 = 3
			Anno: 2014 = 3
			Anno: 2015 = 3

Programma: 9.02.01 - Progetti di "alternanza scuola lavoro", orientamento, stage, tirocini e laboratori d'impresa

Progetti di "alternanza scuola lavoro", orientamento, stage, tirocini e laboratori d'impresa

Obiettivo operativo: 9.02.01.01 - Progetti di "alternanza scuola lavoro", orientamento, stage, tirocini e laboratori d'impresa(Innova)

Progetti di "alternanza scuola lavoro", orientamento, stage, tirocini e laboratori d'impresa(Innova)

Unità organizzative coinvolte

A5 AZIENDA SPECIALE INNOVA

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
N. Stage attivati	100	---	= 80

Azione: 9.02.01.01.01 - Progetti di “alternanza scuola lavoro”, orientamento, stage, tirocini e laboratori d’impresa entro il 30 giugno

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
N. Istituti scolastici con cui sottoscrivere convenzioni	100	---	= 10

Programma: 9.02.02 - Istruzione Tecnica Superiore (ITS)

Istruzione Tecnica Superiore (ITS)

Obiettivo operativo: 9.02.02.01 - Iniziative di integrazione tra istruzione, formazione e lavoro (ITS) (Innova)

Iniziative di integrazione tra istruzione, formazione e lavoro (ITS) (Innova)

Unità organizzative coinvolte

A5 AZIENDA SPECIALE INNOVA

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Realizzazione iniziative di sensibilizzazione sulle opportunità offerte dagli ITS	100	---	SI

Programma: 9.02.03 - Rilancio dell'Apprendistato

Rilancio dell'Apprendistato

Obiettivo operativo: 9.02.03.01 Formazione dei giovani in apprendistato (Innova)

Formazione dei giovani in apprendistato (Innova)

Unità organizzative coinvolte

A5 AZIENDA SPECIALE INNOVA

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
------------	------	-------	--------

N. di corsi e seminari per apprendisti	100	---	= 3
--	-----	-----	-----

Azione: 9.02.03.01.01 - Attività di formazione dei giovani in apprendistato entro il 30 giugno**KPI Associati**

Indicatori	Peso	Stato	Target
------------	------	-------	--------

N. di corsi e seminari per apprendisti	100	---	>= 2
--	-----	-----	------

Area strategica: 10 - Internazionalizzazione

Internazionalizzazione

Obiettivo strategico: 10.01 - Promuovere l'internazionalizzazione del territorio e la competitività delle imprese all'estero

Promuovere l'internazionalizzazione del territorio e la competitività delle imprese sui mercati esteri, aumentare il numero delle nuove imprese esportatrici.

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
CSI - Indice di soddisfazione delle imprese (percentuale)	60	---	Anno: 2013 >= 80
			Anno: 2014 >= 80
			Anno: 2015 >= 80
Imprese partecipanti in programmi sul tema dell'internazionalizzazione	40	---	Anno: 2013 = 100
			Anno: 2014 = 100
			Anno: 2015 = 100

Programma: 10.01.01 - Azioni per la promozione delle specificità settoriali

Azioni per la promozione delle specificità settoriali

Obiettivo operativo: 10.01.01.01 - Progetti e azioni per la promozione delle specificità settoriali (Aspin)

Progetti e azioni per la promozione delle specificità settoriali (Aspin)

Unità organizzative coinvolte

A4 AZIENDA SPECIALE ASPIN

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
------------	------	-------	--------

Indicatori	Peso	Stato	Target
Imprese partecipanti in programmi sul tema dell'internazionalizzazione	40	---	= 100
CSI - Indice di soddisfazione delle imprese (percentuale)	60	---	>= 80

Azione: 10.01.01.01.01 - Progetti e azioni per la promozione delle specificità settoriali (Aspin) entro il 30 giugno

Progetti e azioni per la promozione delle specificità settoriali (Aspin)

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Imprese partecipanti in programmi sul tema dell'internazionalizzazione	40	---	= 50
CSI - Indice di soddisfazione delle imprese (percentuale)	60	---	>= 80

Programma: 10.01.02 - Coordinare le attività locali con gli indirizzi strategici di sistema nazionale e regionale

Coordinare le attività locali con gli indirizzi strategici di sistema nazionale e regionale

Obiettivo operativo: 10.01.02.01 - Fiere internazionali; Incoming; Missioni d'affari; Promuovere l'aumento delle nuove imprese esportatrici - SIAFT matricole (Aspin)

Promuovere l'internazionalizzazione del territorio e la competitività delle imprese sui mercati esteri, aumentare il numero delle nuove imprese esportatrici

Unità organizzative coinvolte

A4 AZIENDA SPECIALE ASPIN

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
CSI - Indice di soddisfazione delle imprese (percentuale)	100	---	>= 80

Azione: 10.01.02.01.01 - Fiere internazionali; Incoming; Missioni d'affari; Promuovere l'aumento delle nuove imprese esportatrici - SIAFT matricole (Aspin) entro il 30 giugno

Promuovere l'internazionalizzazione del territorio e la competitività delle imprese sui mercati esteri, aumentare il numero delle nuove imprese esportatrici

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
CSI - Indice di soddisfazione delle imprese (percentuale)	100	---	>= 80

Obiettivo strategico: 10.02 - Potenziare le leve per la competizione internazionale e stimolare la crescita delle imprese

Potenziare le leve per la competizione internazionale e stimolare la crescita delle imprese attraverso l'aggregazione

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Imprese partecipanti ai corsi di formazione/workshop/seminari sul tema delle reti di impresa	50	---	Anno: 2013 >= 20
			Anno: 2014 >= 30
			Anno: 2015 >= 40
Iniziative realizzate per promozione economica dell'innovazione e del design	50	---	Anno: 2013 >= 5
			Anno: 2014 >= 7
			Anno: 2015 >= 9

Programma: 10.02.01 - Iniziative di sostegno delle Reti di impresa sui mercati internazionali

Iniziative di sostegno delle Reti di impresa sui mercati internazionali

Obiettivo operativo: 10.02.01.01 - Iniziative di sostegno delle Reti di impresa sui mercati internazionali (Aspin)

Iniziative di sostegno delle Reti di impresa sui mercati internazionali (Aspin)

Unità organizzative coinvolte			
A4	AZIENDA SPECIALE ASPIN		

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Imprese partecipanti ai corsi di formazione/workshop/seminari sul tema delle reti di impresa	100	---	>= 20

Azione: 10.02.01.01.01 - Iniziative di sostegno delle Reti di impresa sui mercati internazionali (Aspin) entro il 30 giugno

Iniziative di sostegno delle Reti di impresa sui mercati internazionali (Aspin)

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Imprese partecipanti ai corsi di formazione/workshop/seminari sul tema delle reti di impresa	100	---	>= 10

Programma: 10.02.02 - Progetti di innovazione e design per l'impresa internazionale

Progetti di innovazione e design per l'impresa internazionale

Obiettivo operativo: 10.02.02.01 - Progetti speciali di innovazione e design per l'impresa internazionale (Aspin)

Progetti speciali di innovazione e design per l'impresa internazionale (Aspin)

Unità organizzative coinvolte

A4 AZIENDA SPECIALE ASPIN

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Iniziative realizzate per promozione economica dell'innovazione e del design	100	---	>= 3

Azione: 10.02.02.01.01 - Progetti speciali di innovazione e design per l'impresa internazionale (Aspin) entro il 30 giugno

Progetti speciali di innovazione e design per l'impresa internazionale (Aspin)

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Iniziative realizzate per promozione economica dell'innovazione e del design	100	---	>= 2

Obiettivo strategico: 10.03 - Riaffermare fortemente il ruolo della Camera di commercio per le imprese sui mercati internazionali

Riaffermare fortemente sui territori il ruolo della Camera di commercio quale "casello d'entrata" delle imprese sui mercati internazionali

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Attività, workshop e seminari realizzati sul tema dell'internazionalizzazione	33,33	---	Anno: 2013 >= 5 Anno: 2014 >= 5 Anno: 2015 >= 5
Avvio procedure preliminari apertura sportello internazionalizzazione: partecipazione moduli formativi e realizzazione campagna promozionale (Servizio IV)	33,33	---	Anno: 2013 SI Anno: 2014 --- Anno: 2015 ---
Apertura a pieno regime sportello internazionalizzazione. Numero di aziende assistite (contatti, informazioni, assistenza) - (Servizio IV)	33,34	---	Anno: 2013 --- Anno: 2014 >= 30 Anno: 2015 >= 50

Programma: 10.03.01 - Sviluppo di uno sportello per l'internazionalizzazione: servizi di informazione, certificazione, etc.

Sviluppo di uno sportello per l'internazionalizzazione: servizi di informazione, certificazione, assistenza tecnica specialistica e di formazione

Obiettivo operativo: 10.03.01.01 - Sviluppo di uno sportello per l'internazionalizzazione: servizi di informazione, certificazione, etc.

Sviluppo di uno sportello per l'internazionalizzazione: servizi di informazione, certificazione, assistenza tecnica specialistica e di formazione (Aspin, Servizio Commercio Estero)

Unità organizzative coinvolte	
A2	AREA ANAGRAFRICA - CERTIFICATIVA
A4	AZIENDA SPECIALE ASPIN

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Attività, workshop e seminari realizzati sul tema dell'internazionalizzazione	50	---	>= 5
Realizzazione campagna promozionale sulla base delle indicazioni Unioncamere mediante incontri con imprese esportatrici ed Associazioni di categoria (Servizio IV)	50	---	SI

Azione: 10.03.01.01.01 - Sviluppo di uno sportello per l'internazionalizzazione: servizi di informazione, certificazione, etc. entro il 30 giugno

Sviluppo di uno sportello per l'internazionalizzazione: servizi di informazione, certificazione, assistenza tecnica specialistica e di formazione (Aspin, Servizio Commercio Estero)

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Attività, workshop e seminari realizzati sul tema dell'internazionalizzazione	50	---	>= 2
Partecipazione al ciclo di moduli formativi sugli sportelli per l'internazionalizzazione previsti dall'Unioncamere (Servizio IV)	50	---	SI

Area strategica: 11 - Marketing territoriale

Marketing territoriale

Obiettivo strategico: 11.01 - Attrarre investimenti mediante il miglioramento della qualità della vita e del territorio

Attrarre investimenti mediante il miglioramento della qualità della vita e del territorio con una gestione intelligente della dimensione urbana

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Predisposizione bando per operatore gestore web e azioni di sensibilizzazione nei confronti dei comuni della provincia di Frosinone al modello di sviluppo delle smart cities	50	---	Anno: 2013 SI
			Anno: 2014 SI
			Anno: 2015 SI
Progetti di marketing territoriale e comunicazione integrata	50	---	Anno: 2013 ---
			Anno: 2014 >= 1
			Anno: 2015 >= 2

Programma: 11.01.01 - Smart city

Smart city

Obiettivo operativo: 11.01.01.01 - Iniziative per avvicinare i comuni della provincia di Frosinone al modello di svilu

Iniziative per avvicinare i comuni della provincia di Frosinone al modello di sviluppo delle "smart cities"

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE**Unità organizzative coinvolte****A3.1** SERVIZIO VI - STUDI E STATISTICHE, PROMOZIONE ECONOMICA, PREZZI, PROTESTI**KPI Associati**

Indicatori	Peso	Stato	Target
------------	------	-------	--------

Indicatori	Peso	Stato	Target
Smart cities - Azioni di sensibilizzazione nei confronti dei comuni della provincia di Frosinone	100	---	SI

Azione: 11.01.01.01.01 - Iniziative per avvicinare i comuni della provincia di Frosinone al modello di sviluppo delle smart cities, nell'ambito delle scelte regionali, entro il 30 giugno

Iniziative per avvicinare i comuni della provincia di Frosinone al modello di sviluppo delle "smart cities"

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Smart cities - Azioni di sensibilizzazione nei confronti dei comuni della provincia di Frosinone	100	---	SI

Programma: 11.01.02 - Portale Unico della Ciociaria e altri progetti di marketing territoriale, anche in sinergia con Università, Centri di ricerca e di Alta formazione. Recupero siti industriali

Portale Unico della Ciociaria e altri progetti di marketing territoriale, anche in sinergia con Università, Centri di ricerca e di Alta formazione, per connettere arte, storia, cultura, turismo, tecnologia, tradizione e modernità.

Obiettivo operativo: 11.01.02.01 - Attivazione di iniziative per sensibilizzare e promuovere la costituzione di un Portale Unico della Ciociaria

Attivazione di iniziative per sensibilizzare e promuovere la costituzione di un Portale Unico della Ciociaria

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE

Unità organizzative coinvolte

A3.1 SERVIZIO VI - STUDI E STATISTICHE, PROMOZIONE ECONOMICA, PREZZI, PROTESTI

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Sensibilizzazione di almeno n. 3 altri Soggetti, pubblico e/o privati, da coinvolgere nel progetto di una struttura informatica unica territoriale	50	---	SI
Predisposizione bando per operatore gestore web	50	---	SI

Area strategica: 12 - Filiera del turismo e valorizzazione integrata del territorio

Filiera del turismo e valorizzazione integrata del territorio

Obiettivo strategico: 12.01 - Valorizzare e promuovere in un'ottica integrata le leve attrattive del turismo provinciale

Valorizzare e promuovere in un'ottica integrata le leve attrattive del turismo provinciale consolidando e sviluppando al contempo la sinergia tra attori istituzionali e tra questi e i privati

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
CSI - Indice di soddisfazione delle imprese (percentuale)	16,67	---	Anno: 2013 >= 80
			Anno: 2014 >= 80
			Anno: 2015 >= 80
Screening dei principali eventi turistico culturali, realizzaizone di una prima mappatura provinciale e realizzazione di almeno n. 15 schede eventi	16,67	---	Anno: 2013 SI
			Anno: 2014 ---
			Anno: 2015 ---
Aggiornamento della mappatura provinciale e di almeno n. 20 schede evento	16,67	---	Anno: 2013 ---
			Anno: 2014 SI
			Anno: 2015 ---
aggiornamento della mappatura provinciale e di almeno n. 25 schede evento	16,67	---	Anno: 2013 ---
			Anno: 2014 ---
			Anno: 2015 SI
Individuazione di idonei indicatori, predisposizione della griglia e valutazione, relativamente agli eventi mappati (in percentuale)	16,67	---	Anno: 2013 >= 60
			Anno: 2014 >= 65
			Anno: 2015 ---

Indicatori	Peso	Stato	Target
Ottenimento di indicazioni utili sui risultati derivanti dalla partecipazione a Vinitaly da parte di almeno il 70% delle aziende interessate	16,65	---	<i>Anno: 2013 ---</i> <i>Anno: 2014 ---</i> <i>Anno: 2015 SI</i>

Programma: 12.01.01 - Valorizzazione delle potenzialità turistiche - Turismo termale, religioso, culturale (Progetto Medioevo in Ciociaria, ecc) [connesso con obiettivo 12.02.01.01]

Valorizzazione delle potenzialità turistiche - Turismo termale, religioso, culturale (Progetto Medioevo in Ciociaria, ecc)

Programma: 12.01.02 - Iniziative per la qualificazione dell'offerta ricettiva

Iniziative per la qualificazione dell'offerta ricettiva

Obiettivo operativo: 12.01.02.01 - Valorizzazione internazionale dell'offerta turistica locale con il marchio "ospitalità italiana" (Aspin)

Valorizzazione internazionale dell'offerta turistica locale con il marchio "ospitalità italiana" (Aspin)

Unità organizzative coinvolte

A4 AZIENDA SPECIALE ASPIN

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
CSI (operatori turismo)	50	---	>= 80
Incremento imprese partecipanti all'evento	50	---	>= 10

Azione: 12.01.02.01.01 - Valorizzazione internazionale dell'offerta turistica locale con il marchio "ospitalità italiana" entro il 30 giugno (Aspin)

Valorizzazione internazionale dell'offerta turistica locale con il marchio "ospitalità italiana" (Aspin)

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
CSI (operatori turismo)	100	---	>= 80

Programma: 12.01.03 - Animazione del territorio mediante il sostegno di eventi selezionati che abbiano ampia risonanza

Animazione del territorio mediante il sostegno di eventi selezionati che abbiano ampia risonanza

Obiettivo operativo: 12.01.03.01 - Selezione e sostegno di eventi di ampia risonanza per l'animazione del territorio

Selezione e sostegno di eventi di ampia risonanza per l'animazione del territorio

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE

Unità organizzative coinvolte

A3.1 SERVIZIO VI - STUDI E STATISTICHE, PROMOZIONE ECONOMICA, PREZZI, PROTESTI

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Individuazione di idonei indicatori, predisposizione della griglia e valutazione, relativamente agli eventi mappati (in percentuale)	100	---	>= 60

Azione: 12.01.03.01.01 - Selezione e sostegno di eventi di ampia risonanza per l'animazione del territorio entro il 30 giugno

Selezione e sostegno di eventi di ampia risonanza per l'animazione del territorio

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Screening dei principali eventi turistico culturali, realizzazione di una prima mappatura provinciale e realizzazione di almeno n. 15 schede eventi	100	---	SI

Programma: 12.01.04 - Politiche di alleanza con i grandi attrattori di prossimità

Politiche di alleanza con i grandi attrattori di prossimità

Obiettivo operativo: 12.01.04.01 - Accordi per l'attuazione di politiche sul turismo con i grandi attrattori di prossimità [Vedi obiettivo 12.02.01.01]

Accordi per l'attuazione di politiche sul turismo con i grandi attrattori di prossimità

Obiettivo strategico: 12.02 - Valorizzare il patrimonio locale

Valorizzare il patrimonio locale

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Ottenimento di indicazioni utili sui servizi camerale e sulla partecipazione all'evento fieristico da parte delle aziende intervistate (percentuale)	100	---	Anno: 2013 >= 60
			Anno: 2014 >= 65
			Anno: 2015 >= 70

Programma: 12.02.01 - Iniziative di valorizzazione del patrimonio architettonico e artistico

Iniziative di valorizzazione del patrimonio architettonico e artistico con la piena integrazione tra turismo, produzioni tipiche, artigianato artistico, enogastronomia, paesaggio (partecipazione a fiere ecc.)

Obiettivo operativo: 12.02.01.01 - Partecipazione a fiere specializzate nel settore turistico, enogastronomico, nell' artistico, e nelle altre produzioni tipiche

Partecipazione a fiere specializzate nel settore turistico, enogastronomico, nell'artigianato artistico, e nelle altre produzioni tipiche

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE

Unità organizzative coinvolte

A3.1 SERVIZIO VI - STUDI E STATISTICHE, PROMOZIONE ECONOMICA, PREZZI, PROTESTI

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Medioevo in Ciociaria: collaborazione per la partecipazione all'evento della fiaccola benedettina (Parigi, marzo 2013)	25	---	---
Ottenimento di indicazioni utili sui servizi camerale e sulla partecipazione all'evento fieristico da parte delle aziende intervistate (percentuale)	25	---	>= 60
Predisposizione e somministrazione del questionario gradimento servizi e analisi dei fabbisogni: fiera TTG incontri.	25	---	SI

Indicatori	Peso	Stato	Target
Predisposizione atti amministrativi per almeno un accordo per l'attuazione di politiche sul turismo tra gli Organi camerali e i grandi attrattori di prossimità	25	---	SI

Azione: 12.02.01.01.01 - Partecipazione a fiere specializzate nel settore turistico, enogastronomico, nell' artistico, e nelle altre produzioni tipiche entro il 30 giugno

Partecipazione a fiere specializzate nel settore turistico, enogastronomico, nell'artigianato artistico, e nelle altre produzioni tipiche

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Ottenimento di indicazioni utili sui servizi camerali e sulla partecipazione all'evento fieristico da parte delle aziende intervistate (percentuale)	33,33	---	>= 60
Predisposizione del questionario gradimento servizi ed analisi dei fabbisogni: fiera Vinitaly	33,33	---	SI
Medioevo in Ciociaria: collaborazione per la partecipazione all'evento della fiaccola benedettina (Parigi, marzo 2013)	33,34	---	SI

Area strategica: 13 - Valorizzazione delle produzioni locali

Valorizzazione delle produzioni locali

Obiettivo strategico: 13.01 - Valorizzare le eccellenze enogastronomiche ed artigianali

Valorizzare le eccellenze enogastronomiche ed artigianali

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
N. di eventi da organizzare (Innova)	100	---	Anno: 2013 = 1 Anno: 2014 = 1 Anno: 2015 = 1

Programma: 13.01.01 - Progetti finalizzati (filiera corta, progetto di tutela della biodiversità , ecc.

Progetti finalizzati (filiera corta, progetto di tutela della biodiversità , ecc.

Obiettivo operativo: 13.01.01.01 - Progetti finalizzati - Organizzazione di un evento per la valorizzazione delle produzioni artigianali (Innova)

Organizzazione di un evento per la valorizzazione delle produzioni artigianali (Innova)

Unità organizzative coinvolte

A5 AZIENDA SPECIALE INNOVA

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
N. di eventi da organizzare (Innova)	100	---	= 1

Obiettivo strategico: 13.02 - Valorizzare le produzioni tipiche e i prodotti a Denominazione di Origine

Valorizzare le produzioni tipiche e i prodotti a Denominazione di Origine

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Realizzazione e messa a regime per l'utilizzo da parte dell'utenza compresa attività di diffusione	50	---	Anno: 2013 SI Anno: 2014 --- Anno: 2015 ---
N. di giornate di utilizzo della Sala	50	---	Anno: 2013 --- Anno: 2014 = 30 Anno: 2015 = 40

Programma: 13.02.01 - Potenziamento delle funzioni di Ente di controllo per le produzioni agroalimentari a D.O.

Potenziamento delle funzioni di Ente di controllo per le produzioni agroalimentari a denominazione di origine

Obiettivo operativo: 13.02.01.01 - Iniziative per il potenziamento delle funzioni di ente di controllo per le produzioni

Iniziative per il potenziamento delle funzioni di ente di controllo per le produzioni agroalimentari a Denominazione di Origine

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE**Unità organizzative coinvolte****A3.3** SERVIZIO VIII - AGRICOLTURA, CREDITO, IMPRENDITORIA FEMMINILE, ORGANISMO DI CONTROLLO D.O.**KPI Associati**

Indicatori	Peso	Stato	Target
Pareri al prelievo / Numero richieste pervenute (attestazione vini a DO) - percentuale	50	---	>= 80

Indicatori	Peso	Stato	Target
Numero verifiche commissionate / (domande pervenute + soggetti sorteggiati) (attività di controllo sui soggetto aderenti alle DO) - percentuale	50	---	>= 80

Azione: 13.02.01.01.01 - Iniziative per il potenziamento delle funzioni di ente di controllo per le produzioni entro il 30 giugno

Iniziative per il potenziamento delle funzioni di ente di controllo per le produzioni agroalimentari a Denominazione di Origine

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Pareri al prelievo / Numero richieste pervenute (attestazione vini a DO) - percentuale	50	---	>= 80
Numero verifiche commissionate / (domande pervenute + soggetti sorteggiati) (attività di controllo sui soggetto aderenti alle DO) - percentuale	50	---	>= 80

Programma: 13.02.02 - Progetto Sala Panel

Progetto Sala Panel

Obiettivo operativo: 13.02.02.01 - Attivazione di una Sala Panel

Attivazione di una Sala Panel

Unità organizzative coinvolte

A5 AZIENDA SPECIALE INNOVA

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Realizzazione e messa a regime per l'utilizzo da parte dell'utenza compresa attività di diffusione	100	---	SI

Azione: 13.02.02.01.01 - Sottoscrizione accordi per concessione locali per Sala Panel entro il 30 giugno**KPI Associati**

Indicatori	Peso	Stato	Target
Sottoscrizione Accordi per concessione locali e avvio lavori per realizzazione Sala Panel	100	---	SI

Area strategica: 14 - Green economy

Green economy

Obiettivo strategico: 14.01 - Sostenere la produzione di energia, riqualificazione e valorizzazione dell'ambiente

Sostenere la produzione di energia, riqualificazione e valorizzazione dell'ambiente

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Avvio attività a seguito dell'approvazione del progetto entro il 30 giugno	50	---	Anno: 2013 SI Anno: 2014 --- Anno: 2015 ---
Incontri per la giusta condivisione del progetto con Associazioni di categoria e Aziende del distretto del marmo di Coreno Ausonio oltre che con Sindaci dei Comuni interessati	50	---	Anno: 2013 --- Anno: 2014 SI Anno: 2015 ---

Programma: 14.01.01 - Sostegno delle iniziative finalizzate alle produzioni agricole energetiche nella Valle del Sacco

Sostegno delle iniziative finalizzate alle produzioni agricole energetiche nella Valle del Sacco

Obiettivo operativo: 14.01.01.01 - Sensibilizzazione verso i produttori agricoli per favorire produzioni agricole energetiche

Sensibilizzazione verso i produttori agricoli per favorire produzioni agricole energetiche e iniziative per migliorare l'incontro tra domanda e offerta

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE**Unità organizzative coinvolte****A3.1** SERVIZIO VI - STUDI E STATISTICHE, PROMOZIONE ECONOMICA, PREZZI, PROTESTI**KPI Associati**

Indicatori	Peso	Stato	Target
Realizzazione di un seminario sulle produzioni agricole energetiche nella Valle del Sacco	100	---	>= 1

Programma: 14.01.02 - Promozione della cultura della green economy

Promozione della cultura della green economy

Obiettivo operativo: 14.01.02.01 Progetto speciale sulla green economy (Innova)

Progetto speciale sulla green economy (Innova)

Unità organizzative coinvolte

A5 AZIENDA SPECIALE INNOVA

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Avvio attività a seguito dell'approvazione del progetto entro il 30 giugno	50	---	SI
Incontri per la giusta condivisione del progetto con Associazioni di categoria e Aziende del distretto del marmo di Coreno Ausonio oltre che con Sindaci dei Comuni interessati	50	---	SI

Azione: 14.01.02.01.01 - Avvio attività a seguito dell'approvazione del progetto entro il 30 giugno**KPI Associati**

Indicatori	Peso	Stato	Target
Avvio attività a seguito dell'approvazione del progetto entro il 30 giugno	100	---	SI

Area strategica: 15 - Infrastrutture

Infrastrutture

Obiettivo strategico: 15.01 - Sostenere la competitività del territorio mediante l'ammodernamento delle infrastrutture

Sostenere la competitività del territorio mediante l'ammodernamento della dotazione infrastrutturale assumendo un ruolo di rilievo nella proposizione di interventi e nella valutazione progressiva della realizzazione dei progetti in essere

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Avvio attività a seguito dell'approvazione del progetto entro il 30 giugno	50	---	Anno: 2013 SI Anno: 2014 --- Anno: 2015 ---
Incontri con Associazioni di categoria avvio dell'attività di diffusione sul territorio	50	---	Anno: 2013 SI Anno: 2014 --- Anno: 2015 ---

Programma: 15.01.01 - Banda larga

Banda larga

Obiettivo operativo: 15.01.01.01 - Progetto speciale di promozione e sensibilizzazione delle imprese all'utilizzo della banda larga (Innova)

Progetto speciale di promozione e sensibilizzazione delle imprese all'utilizzo della banda larga (Innova)

Unità organizzative coinvolte

A5 AZIENDA SPECIALE INNOVA

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
------------	------	-------	--------

Indicatori	Peso	Stato	Target
Avvio attività a seguito dell'approvazione del progetto entro il 30 giugno	50	---	SI
Incontri con Associazioni di categoria avvio dell'attività di diffusione sul territorio	50	---	SI

Azione: 15.01.01.01.01 - Avvio attività a seguito dell'approvazione del progetto entro il 30 giugno

KPI Associati			
Indicatori	Peso	Stato	Target
Avvio attività a seguito dell'approvazione del progetto entro il 30 giugno	100	---	SI

Programma: 15.01.02 - Miglioramento della mobilità delle persone nei collegamenti con Roma

Miglioramento della mobilità delle persone nei collegamenti con Roma

Obiettivo operativo: 15.01.02.01 - Realizzazione di uno studio per il miglioramento della mobilità delle persone nei collegamenti con Roma

- Realizzazione di uno studio per il miglioramento della mobilità delle persone nei collegamenti con Roma

Responsabili: DIRIGENTE AREA AMM.VO-PROMOZIONALE

Unità organizzative coinvolte

A3.1 SERVIZIO VI - STUDI E STATISTICHE, PROMOZIONE ECONOMICA, PREZZI, PROTESTI

KPI Associati

Indicatori	Peso	Stato	Target
Incarico per predisposizione studio mobilità verso Roma	100	---	SI