

CCIAA ORISTANO

Piano della Performance

**Periodo di
programmazione
2011-2013**



Indice

1 - Presentazione del Piano

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

- 2.1 - Chi siamo
- 2.2 - Cosa facciamo
- 2.3 - Come operiamo

3 - Identità

- 3.1 - Il Mandato istituzionale : la Missione e la Visione
- 3.2 - Albero della performance

4 - Analisi del contesto

- 4.1 - Analisi del contesto esterno
 - 4.1.1 - La demografia d'impresa
 - 4.1.2 - Le Previsioni di Sviluppo 2010 – 2013
 - 4.1.3 - Il quadro normativo di riferimento
 - 4.1.4 - Relazioni istituzionali e partecipazioni Camerali
- 4.2 - Analisi del contesto interno
 - 4.2.1 - Le risorse umane
 - 4.2.2 - Le risorse tecnologiche
 - 4.2.3 - Le risorse finanziarie

5 - Obiettivi strategici

6 - Dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi

- 6.1 - Obiettivi assegnati al personale dirigenziale

7 - Il processo seguito e le azioni di miglioramento del Ciclo di gestione delle performance

- 7.1 - Fasi, soggetti e tempi del processo di redazione del Piano
- 7.2 - Coerenza con la programmazione economico-finanziaria e di bilancio
- 7.3 - Azioni per il miglioramento del Ciclo di gestione delle performance

8 - Allegati tecnici

- Piano Pluriennale 2011-2015
- Relazione Previsionale Programmatica
- Bilancio Previsionale 2011
- Budget direzionale 2011



1. Presentazione del piano

La Camera di Commercio di Oristano assegna una importanza fondamentale al miglioramento delle performance dell'Ente.

A tal fine, analogamente alle altre Camere di Commercio italiane, ha adottato la disciplina del decreto 254/05 che rende obbligatoria una prassi di programmazione e di gestione amministrativo-contabile rigorosa, articolata su un ciclo annuale di pianificazione e controllo. In aggiunta a ciò, si è volontariamente data strumenti per monitorare la qualità dei servizi erogati alle imprese e per valutarne il livello conseguito, fino alle performance individuali.

In questo quadro, l'applicazione del D.Lgs 150/09 rappresenta una tappa importante nel percorso di armonizzazione degli strumenti e dei sistemi messi a punto nel corso degli ultimo decennio, in un quadro normativo coerente per tutto il sistema-paese.

Nello specifico del Piano della Performance 2011, essendo al momento stati già approvati i documenti di programmazione Relazione Previsionale e Programmatica 2011, Preventivo Economico 2011 e Budget Direzionale 2011, il documento assumerà forma transitoria nel senso che richiederà (in allegato) i documenti programmatici già approvati dagli Organi senza ripeterli nuovamente e ne integrerà soltanto le parti mancanti.

1.1 Legenda e abbreviazioni

Nel testo sono utilizzate le seguenti abbreviazioni:

OS = Obiettivi Strategici

OO = Obiettivi Operativi

AS = Area Strategica



2. Sintesi delle informazioni di interesse per i cittadini

2.1 - Chi siamo

La Camera di Commercio di Oristano è un ente autonomo di diritto pubblico che svolge funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese e i consumatori, e promuove lo sviluppo dell'economia provinciale. Essa vanta una tradizione di forte impegno per lo sviluppo dei diversi settori economici, delle infrastrutture ma anche della cultura e della formazione tecnica e commerciale.

Organi della Camera di Commercio di Oristano sono: il Presidente, la Giunta, il Consiglio, e il Collegio dei Revisori dei Conti. Il Consiglio elegge al proprio interno il Presidente e la Giunta, e nomina il Collegio dei Revisori dei Conti. Il Consiglio è composto da 22 rappresentanti dei settori maggiormente presenti sul territorio. La struttura amministrativa della Camera è guidata dal Segretario Generale unico dirigente.

2.2 - Cosa facciamo

Oggi la Camera di Commercio di Oristano è l'interlocutore delle oltre 15.000 imprese del territorio, e in coerenza con quanto disposto dalla Legge di riordino delle Camere di Commercio legge 580/1993 integrata e modificata dal Decreto Legislativo 23/2010, svolge le seguenti funzioni di interesse generale per la cura e lo sviluppo del sistema imprenditoriale:

- Funzioni amministrative attraverso attività anagrafiche e certificative (tenuta e gestione di registri, albi, ruoli, elenchi) e attività di certificazione per l'estero;
- Funzioni di regolazione del mercato a garanzia della correttezza dei rapporti tra imprese e tra imprese e utenti, anche con l'esercizio di attività ispettive e di tutela;
- Funzioni di sviluppo e di promozione interna e all'estero, nonché attività di documentazione economica e di rilevazione statistica.

2.3 - Come operiamo

Le norme danno mandato alle Camere di Commercio di espletare una vasta azione di promozione del territorio, anche attraverso strumenti diversificati: gestione diretta di servizi, attribuzione in delega da parte di altre amministrazioni pubbliche di alcuni servizi (ad esempio Commissione Provinciale Artigianato).



3. Identità

3.1 Il mandato istituzionale

La Camera di Commercio di Oristano, secondo quanto stabilito dagli art. 1 e 2 del Dlgs 23/2010 di riforma delle Camere di Commercio, svolge (art.1), «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, informando la loro azione al principio di sussidiarietà».

Più specificamente (art. 2), «le camere di commercio, singolarmente o in forma associata, svolgono in particolare le funzioni e i compiti relativi a:

- a) tenuta del registro delle imprese, del Repertorio Economico Amministrativo, ai sensi dell'articolo 8 della presente legge, e degli altri registri ed albi attribuiti alle camere di commercio dalla legge;
- b) promozione della semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di attività economiche;
- c) promozione del territorio e delle economie locali al fine di accrescerne la competitività, favorendo l'accesso al credito per le PMI anche attraverso il supporto ai consorzi fidi;
- d) realizzazione di osservatori dell'economia locale e diffusione di informazione economica;
- e) supporto all'internazionalizzazione per la promozione del sistema italiano delle imprese all'estero, raccordandosi, tra l'altro, con i programmi del Ministero dello sviluppo economico;
- f) promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico per le imprese, anche attraverso la realizzazione di servizi e infrastrutture informatiche e telematiche;
- g) costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori e utenti;
- h) predisposizione di contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti;
- i) promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti;
- j) vigilanza e controllo sui prodotti e per la metrologia legale e rilascio dei certificati d'origine delle merci;
- k) raccolta degli usi e delle consuetudini;
- l) cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie, in materia di alternanza scuola-lavoro e per l'orientamento al lavoro e alle professioni».

La missione

L'agire dell'Ente è caratterizzato da un insieme di valori che guidano il comportamento delle persone definendone doveri e responsabilità nei rapporti con i propri interlocutori che riflettono una vera e propria cultura che l'Ente ha cercato di promuovere e diffondere attraverso il proprio operato.

Questi valori possono essere brevemente di seguito sintetizzati in questo modo:

- ⇒ Trasparenza, imparzialità e correttezza nei rapporti con l'esterno
- ⇒ Efficienza, efficacia ed economicità come principio di base nell'utilizzazione di risorse (scarse).
- ⇒ Centralità delle persone in quanto risorsa (scarsa) indispensabile per la realizzazione dei programmi dell'Ente.
- ⇒ Tipicità, qualità e territorialità come leve di sviluppo dell'economia.
- ⇒ Adozione di politiche ispirate ai principi di collaborazione, indipendenza e rispetto dei ruoli e delle competenze.



La visione

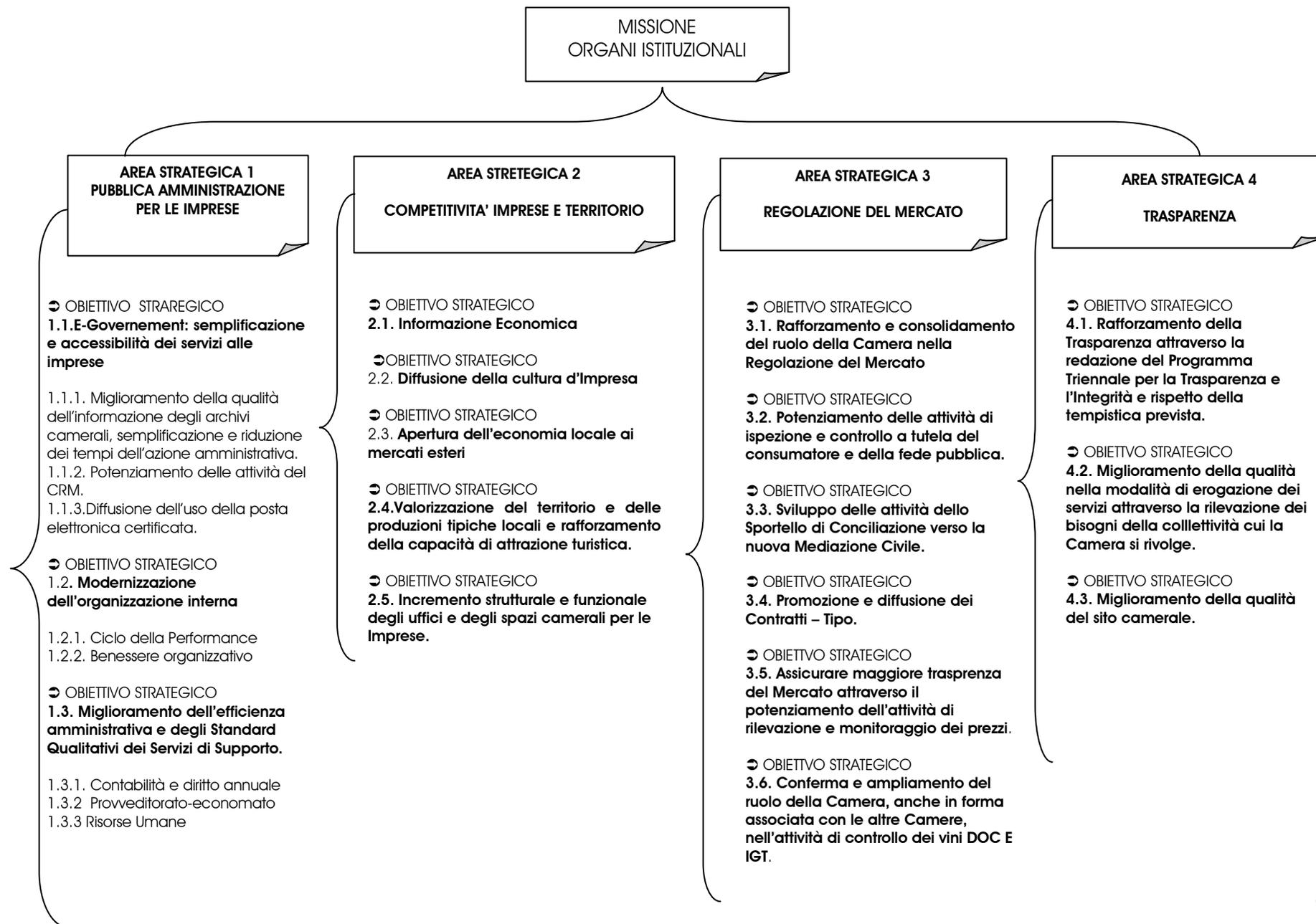
La Camera di Commercio ha il compito di erogare servizi diretti alle imprese. Le politiche dell'informazione, dell'innovazione, della valorizzazione e commercializzazione delle produzioni locali, sono state individuate quali ambiti specifici di intervento in relazione alle potenzialità e alle competenze dell'Istituzione camerale. In questa direzione si pone l'attività descritta nelle pagine che seguono e che conferma la volontà dell'Ente camerale di porre in essere strumenti finalizzati a uno sviluppo nel quadro dei moderni processi di produzione e nel contesto di una competitività che si presenta sempre più incalzante.

La Camera di Commercio di Oristano supporta le imprese nello sviluppo della loro attività in Italia e nel mondo. Attraverso un costante dialogo con le imprese stesse e con le organizzazioni imprenditoriali al fine di una crescita equilibrata dell'economia provinciale. Come pubblica amministrazione delle imprese della provincia svolge con criteri manageriali ed avvalendosi di strumenti tecnologici d'avanguardia:

- attività promozionali e di qualificazione del sistema economico (contributi e servizi di orientamento);
- servizi di regolazione del mercato;
- analisi e studi economici;
- servizi di certificazione e di pubblicità delle informazioni relative al sistema delle imprese;
- attività di sviluppo delle infrastrutture territoriali.



3.2 Albero della performance





4. Analisi del contesto

Per un'analisi completa si rinvia al Programma pluriennale 2011-2015 ed alla Relazione Previsionale e Programmatica 2011, approvati dal Consiglio Camerale il 23.11.2010 e che vengono allegati al presente documento.

Si riportano comunque alcuni dei dati più rilevanti emersi dall'analisi.

4.1 Analisi del contesto esterno.

4.1.1- La demografia d'impresa

L'analisi dei dati sulla demografia d'impresa riferita agli anni 2008 e 2009 mostra una diminuzione delle imprese attive nella nostra provincia presentando così un saldo negativo di 437 unità; tale andamento decrescente mostra invece un'inversione di tendenza tra il 2009 e il terzo trimestre del 2010 dove emerge un lieve miglioramento relativamente ai "numeri" della demografia d'impresa.

Anche il numero delle imprese nuove iscritte tra il 2008 e il 2009 ha registrato un calo, migliorando tuttavia tra il 2009 e i primi nove mesi del 2010 dove il totale delle iscrizioni è leggermente aumentato. Prendendo invece in considerazione il numero delle cessazioni si può notare una leggera diminuzione tra il 2008 e il 2009 che si accentua notevolmente tra la fine del 2009 e il terzo trimestre del 2010.

	31/12/08	31/12/09	30.09.2010
Registrate	15.583	15.179	15.139
Attive	14.285	13.848	13.865
Iscrizioni	777	705	748
Cessazioni totali	1.260	1.117	790
Cessazioni non d'ufficio		767	552

Ns elaborazione su base dati Stock View

L'andamento delle imprese attive nella nostra provincia tra il 2008 e il terzo trimestre del 2010 si può osservare anche dal grafico sottostante dal quale si evince un sostanziale calo tra la fine del 2008 e i primi mesi del 2009 per poi avere un lento recupero a partire dal secondo trimestre del 2010.



Per quanto riguarda la distribuzione per settori delle nuove imprese dalla tabella che segue si evince che il settore che rileva il maggior numero di nuove imprese è il settore agricoltura con 244 nuove imprese, seguita dal commercio e dalle costruzioni rispettivamente con 110 e 95 nuove imprese.

Sul fronte cancellazioni la situazione è analoga, nel senso che i tre settori che registrano i valori più alti sono sempre Agricoltura, Commercio e Costruzioni. Dalla tabella seguente si può inoltre osservare come il saldo



(iscrizioni meno cancellazioni) sia positivo per i settori *Agricoltura, silvicoltura pesca*(+107) e *Turismo – servizi di alloggio e di ristorazione* (+19). Gli altri settori evidenziano tutti un saldo negativo.

Iscrizioni e cancellazioni per settore anno 2010 (al 30.09.2010)					
Settori Economici	Registrate	Attive	Iscritte	Cessate non d'ufficio	Saldo
Agricoltura, silvicoltura pesca	5.053	5.022	244	137	107
C Attività manifatturiere	1.085	990	18	36	-18
F Costruzioni	1.873	1.777	95	98	-3
G Commercio	3.534	3.368	110	134	-24
H Trasporto e magazzinaggio	394	368	7	15	-8
I Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	901	832	49	30	19
Servizi	1.516	1.447	52	71	-19

N.B Nella tabella non si tiene conto delle Imprese non classificate e di alcune attività marginali (quali Produzione di energia elettrica, acqua e gas o attività estrattive) che non influiscono sulle dinamiche complessive.

4.1.2 - Le Previsioni di Sviluppo 2010 – 2013

Le previsioni di sviluppo elaborate da Unioncamere-Prometeia per il periodo 2010 – 2013 evidenziano valori positivi e in crescita, per il periodo di tempo considerato. Il periodo 2007 – 2009 rappresenta il periodo di peggiore rappresentazione dei risultati economici, periodo coincidente con il picco della crisi. Stando alle previsioni, sarà proprio la Sardegna a registrare il migliori risultati riferiti al valore aggiunto.

Tasso di Crescita medio annuo valore aggiunto	2007-2009	2010-2011	2012-2013
Oristano	-3,3	1,0	1,7
Sardegna	-1,9	1,6	2,0
Mezzogiorno	-2,3	1,4	1,8
Italia	-1,7	1,7	2,1

Valore Aggiunto Procapite a fine periodo (per abitante)	2007-2009	2010-2011	2012-2013
Oristano	12,0	12,3	12,7
Sardegna	13,5	13,9	14,4
Mezzogiorno	11,8	12,2	12,6
Italia	17,9	18,3	19,0

Valore Aggiunto Procapite a fine periodo (per occupato)	2007-2009	2010-2011	2012-2013
Oristano	33,8	34,7	35,3
Sardegna	38,1	39,2	39,8
Mezzogiorno	38,2	39,1	39,7
Italia	44,3	45,5	46,4

Anche le stime sull'occupazione mostrano risultati positivi per il periodo 2012-2013, con un miglioramento per il periodo 2010 – 2011 in cui la provincia di Oristano segna ancora un valore negativo a fronte di un dato positivo regionale e nazionale.

Tassi di crescita medi annui dell'occupazione	2007-2009	2010-2011	2012-2013
Oristano	-1,8	-0,3	0,8
Sardegna	-1,4	0,2	1,2
Mezzogiorno	-1,7	0,2	1,0



Italia

-0,7

0,3

1,1

Con riferimento ai valori del tasso di disoccupazione, si verifica un miglioramento per la provincia, con valori tuttavia sempre elevati (superiori al 13 %), anche rispetto a quanto previsto a livello nazionale. In sostanza, anche nel 2011 la crisi registrata a partire dal 2009 con potrà dirsi definitivamente chiusa.

Tasso di disoccupazione	2007-2009	2010-2011	2012-2013
Oristano	14,0	13,5	13,2
Sardegna	13,3	13,9	13,5
Mezzogiorno	12,5	13,1	12,7
Italia	7,8	8,3	7,7

Per quanto concerne invece le previsioni di sviluppo per l'internazionalizzazione le stime riferite al rapporto tra Esportazioni e valore aggiunto espresso in valori percentuali evidenziano una tendenza alla crescita dell'ordine di un punto per la fine del periodo considerato (si passa dell'1% al 2 % circa).

Esportazioni/Valore aggiunto (valori % a fine periodo)	2007-2009	2010-2011	2012-2013
Oristano	1,1	1,8	2,1
Sardegna	11,5	11,8	12,2
Mezzogiorno	9,8	10,1	10,6
Italia	20,9	21,5	22,4

4.1.3 - Il quadro normativo di riferimento

L'evoluzione del quadro normativo nazionale ha inciso in maniera rilevante sull'organizzazione della Camera.

Le funzioni svolte dalla Camera di Commercio sono definite in accordo con quanto stabilito dalla Legge di riordino delle Camere di Commercio (Dlgs n. 23/2010 di riforma della legge n. 580/1993), la quale definisce quali sono le funzioni di interesse generale per la cura e lo sviluppo del sistema imprenditoriale che la Camera deve svolgere.

Il bilancio della Camera è stato influenzato dalla Legge 122/2010, che dispone all'articolo 9 il congelamento del trattamento economico per il triennio 2011/2013 e, all'articolo 12 l'estensione ai dipendenti pubblici delle regole di calcolo del TFR dal 1.1.2011.

Alcune importanti novità normative riguardanti servizi organizzati e gestiti dalle Camere di Commercio hanno o avranno impatto sull'operatività e sull'organizzazione della Camera di Oristano. Tra queste si segnalano quelle con maggiore impatto.

La Comunicazione Unica, a regime dall'aprile 2010, affida un importante ruolo di "snodo" al Registro Imprese, ponendolo al crocevia tra sistema delle imprese da un lato, e altre amministrazioni pubbliche – segnatamente INPS, INAIL e Agenzia delle Entrate – dall'altro. Tale riforma è da considerarsi ormai a regime, ma alcuni assestamenti della struttura e dei processi del registro possono ancora essere richiesti nel 2011.

Il riordino dello Sportello Unico sulle Attività Produttive (DPR 160/10) gestito dai Comuni; la norma di riordino individua un ruolo delle Camere di Commercio a supporto/integrazione/supplenza dei Comuni che non siano in grado di gestire in autonomia il SUAP sul proprio territorio; anche questa innovazione richiederà adeguamenti a livello degli uffici della Camera di Oristano che si delineeranno progressivamente nel corso dell'esercizio.



La riforma dell'istituto della Conciliazione definita dal Dlgs. 28/10, che ne prevede la obbligatorietà per alcune fattispecie (condominio; locazione; risarcimento danni da circolazione di veicoli, da responsabilità medica e da diffamazione a mezzo stampa; comodato; successioni ereditarie; contratti assicurativi, bancari e finanziari, oltre ad una gamma di altre casistiche minori); la nuova normativa, che è in vigore dal 20 marzo 2010, prevede l'obbligatorietà della mediazione come condizione di procedibilità in giudizio civile a partire dal 20 marzo 2011. L'ampiezza delle fattispecie soggette a mediazione obbligatoria lascia immaginare che possa esserci un incremento significativo della domanda di servizi, il che fa presumere che anche su questo terreno la Camera dovrà prevedere nel 2011 un maggior impegno ed un rafforzamento delle strutture di servizio.

La tabella che segue mostra un quadro delle partecipazioni camerali al 31/12/2009.

PARTECIPAZIONI COLLEGATE							
Ragione sociale	Forma giuridica	Settore Intervento	Valore Nominale	N. Azioni o Quote	Capitale sottoscritto	% Quote possed.	Tipo Partecipazione Conto di Bilancio
SoGeAOr	Spa	Infrastrutture aeroportuali	€ 5,16	61.635,00	€ 318.036,60	24,05	P. Azionaria
S.I.L.Patto Territoriale Oristano	Società consortile a responsabilità limitata	Promozione e sviluppo locale		1	€ 37.055,16	25,99	P. di capitale
S.E.A. - Sustainable Energy Agency	Società consortile a responsabilità limitata	Energetico		1	€ 10.000,00	33,33	P. di capitale
ALTRE PARTECIPAZIONI AZIONARIE							
Ragione sociale	Forma giuridica	Settore Intervento	Valore Nominale	N. Azioni o Quote	Capitale sottoscritto	% Quote possed.	Tipo Partecipazione Conto di bilancio
Banca di Sassari	Spa	Bancario	€ 1,03	7.092	€ 7.304,76	0,0136	P. Azionaria
InfoCamere	Società consortile per azioni	Servizi Informatici per le Camere di Commercio	€ 3,10	14.205	€ 44.035,50	0,24921	P. Azionaria
Sogaer ca	Spa	Infrastrutture aeroportuali	€ 0,10	124.400	€ 12.440,00	0,1	P. Azionaria
Tecno Holding	Spa	Servizio di elaborazione, gestione dati per le Camere di Commercio	€ 0,52	99.435	€ 51.706,20	0,338	P. Azionaria
ISNART (Istituto Nazionale Ricerche Turismo)	Spa	Servizi di studio, ricerca, promozione nel settore del turismo	€ 1,00	3.342	€ 3.342,00	0,351	P. Azionaria
Tecno Camere	Società consortile per azioni	Attività di assistenza e consulenza nei settori tecnico-progettuali, e gestione di patrimoni immobiliari di proprietà	€ 0,52	3.519	€ 1.829,88	0,156	P. Azionaria



ALTRE PARTECIPAZIONI: DI CAPITALE E ADESIONI							
Ragione sociale	Forma giuridica	Settore Intervento	Valore Nominale	N. Azioni o Quote	Capitale sottoscritto	% Quote possed.	Tipo Partecipazione Conto di bilancio
Retecamere	Società consortile a responsabilità limitata	Servizi di assistenza tecnica e supporto per progetti specifici al sistema camerale	€ 1,00	1.337	€ 1.337,00	0,149	P. di capitale
Ic Outsourcing	Società a responsabilità limitata	Esternalizzazione di servizi per le Camere di Commercio		1	€ 897,00	0,1495	P. di capitale
GAL Montiferru Barigadu Sinis	Società consortile a responsabilità limitata	Promozione dello sviluppo dell'economia dei territori localizzati nell'alto oristanese			€ 1.000,00		Adesione
GAL delle Marmille Sarcidano Arci Grighine	Società consortile a responsabilità limitata	Promozione dello sviluppo economico rurale nei territori storici della Marmilla, Sarcidano e Arci- Grighine			€ 1.000,00		Adesione
Consorzio Uno	Consorzio	Promozione studi Universitari			€ 516,46		Adesione



4.2 Analisi del contesto interno

La Camera di Commercio di Oristano opera su quattro sedi; tre in via Carducci: la sede Centrale, la sede decentrata (residenza del servizio Anagrafico e Certificativo) e l'Albo Imprese Artigiane site; mentre in via Bonn sono ubicati l'ufficio metrico ed il Magazzino.

In località Zinnigas a Santa Giusta è inoltre presente un'area utilizzata per eventi promozionali ed altre manifestazioni di interesse per il territorio. Sono in corso le attività di progettazione per la realizzazione di un Centro servizi per le Imprese e di una struttura coperta in grado di ospitare eventi e manifestazioni di interesse regionale.

4.2.1 - Le risorse umane

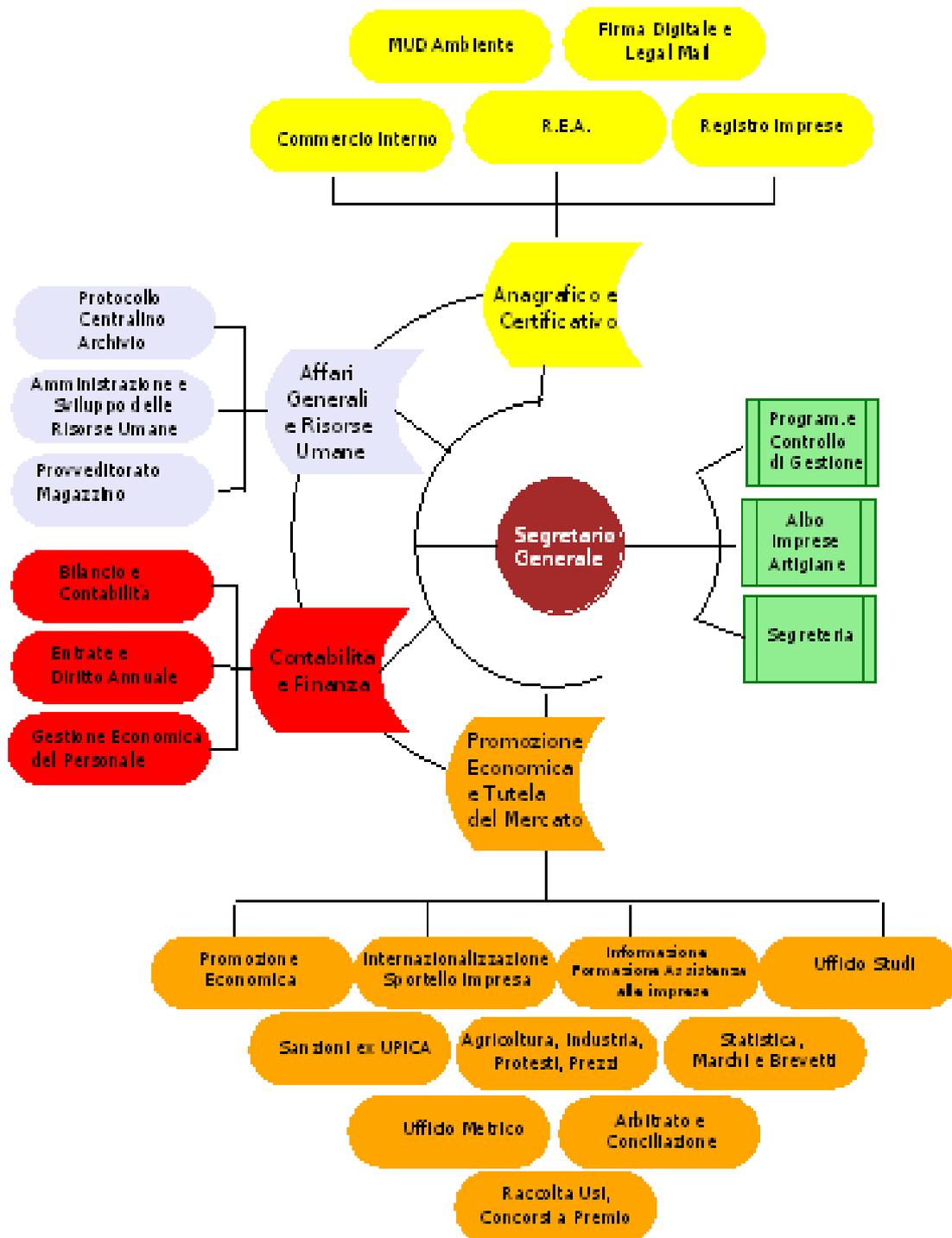
L'organizzazione dei servizi camerali è stata ridefinita nel corso del 2007 in funzione di una maggiore coerenza con le previsioni normative, con gli obiettivi strategici e la programmazione pluriennale dell'Ente, con l'obiettivo di assicurare la funzionalità della struttura e dare efficienza alla gestione.

Sono stati individuati quattro Servizi di attività ciascuno dei quali sotto la guida di un capo servizio e tre uffici di Staff posti alle dirette dipendenze del Segretario Generale.

La struttura dell'Ente non prevede figure dirigenziali ad eccezione del Segretario Generale, che posto al vertice della struttura, garantisce l'unitarietà della gestione.



Assetto Organizzativo della CCIAA





La dotazione di personale è così composta:

Segretario Generale: Dott. Enrico Massidda

I Servizi

‣ *Affari Generali e risorse umane*

Lampus Silvio (Responsabile)

Giglio M. Gonaria

Orrù Giuseppe

Pinna Antonello

Solinas M. Carmela

‣ *Contabilità e Finanza*

Porcu Serafina (Responsabile)

Falconi M. Caterina

Milan Matteo

‣ *Servizio anagrafico e certificativo*

Contu Annalisa (Responsabile)

Cabras Bonaria

Corriga Rosalba

Di Giorgio Giuliana

Dolenz Marcello

Enna Anna Maria

Manca Rinaldo

Ponti Carlo A.

Siuni Mansueto

‣ *Promozione economica e tutela del mercato*

Massidda Enrico (Responsabile ad interim)

Anzalone Diego

Cadeddu Francesco

Cau Alverio

Floris M. Antonietta

Ghiani Giovanni B.

Melis Giorgio

Pala Giorgio

Pili Silvia

Uffici di Staff

‣ *Programmazione e Controllo di gestione*

‣ *Segreteria*

Casula Laura

Murru Maura

Loi Saverio

‣ *Albo Imprese Artigiane e C.P.A.*

Arrigo Gisella

Grazzini Antonella



4.2.2 - Le risorse tecnologiche

La Camera di Oristano offre molti servizi in modalità informatica e telematica. In particolare il registro delle imprese, con l'avvio della Comunicazione Unica, dal 2010 opera esclusivamente in regime telematico. Altra possibilità offerta dalla Camera è la possibilità di utilizzare la firma digitale sulla maggior parte dei servizi digitali offerti alle imprese.

4.2.3 - Le risorse finanziarie

Sintesi delle risorse disponibili e spese nel mandato 2006 – 2010

Per rappresentare la dimensione economica della Camera di Commercio di Oristano sono stati presi in considerazione i bilanci d'esercizio a partire dal 2006.

Prospetto Sintetico del Conto Economico (2006 – 2009)	2006	2007	2008	2009
Totale proventi correnti (A)	3.372.801,99	3.087.153,99	4.627.816,73	4.191.434,65
Totale Oneri Correnti (B)	- 3.889.093,07	- 3.046.168,54	- 3.594.995,28	- 4.079.021,31
Risultato della gestione corrente (A-B)	- 516.291,08	40.985,45	1.032.821,45	112.413,34
Risultato gestione finanziaria	36.324,50	56.641,70	67.687,79	39.887,59
Risultato gestione straordinaria	84.247,78	31.419,23	13.267,44	69.269,16
Differenza rettifiche attività finanziaria	7.310,18	- 72.819,98	- 22.340,19	-
Disavanzo/Avanzo economico esercizio (A-B +/-C +/-D +/-E)	- 388.408,62	56.226,40	1.091.436,5	221.570,09

(I risultati negativi del 2006 sono dovuti al fatto che le operazioni contabili 2006 sono avvenute secondo i vecchi principi di contabilità finanziaria e, per poter avere un confronto con i dati di bilancio, è stato necessario applicare i principi di contabilità economica per l'esposizione di bilancio.)

I quattro anni osservati non presentano elementi di uniformità, nel corso del 2008 si è avuto un risultato dell'esercizio di rilevante entità, derivante principalmente da due ragioni. La prima risiede nell'incremento delle risorse provenienti dal Fondo Perequativo delle Camere di Commercio destinato alle Camere in rigidità di bilancio. Occorre ricordare infatti che nel corso del 2008 è stato stipulato un accordo tra Camera ed Unioncamere, relativamente al contributo per rigidità di bilancio del Fondo di Perequazione 2007. Le risorse assegnate ammontano a 980.000 € per ciascuna annualità 2007 – 2008 -2009. Tale accordo prevedeva la conferma del contributo per le successive annualità, a condizione che venissero raggiunti, nell'arco del triennio, alcuni parametri stabiliti nell'accordo firmato con l'Unioncamere.

La seconda ragione è rilevabile nell'incremento degli importi dovuti dalle imprese per diritto annuale a seguito dell'entrata in vigore del Decreto che ha previsto l'aggiornamento degli importi.

Il 2009 invece è stato caratterizzato da un notevole incremento negli oneri correnti (derivante principalmente dall'accantonamento al Fondo Rischi costituito per far fronte alle presumibili perdite future su crediti da diritto annuale) e da una diminuzione dei ricavi correnti mentre nel 2008 era stato contabilizzato il contributo del Fondo Perequativo 2008 insieme all'integrazione derivante dall'accordo per



il 2007, nel 2009 è stato contabilizzato il solo contributo 2009. Tali dati hanno determinato complessivamente una contrazione del risultato economico dell'esercizio rispetto al 2008 (che è comunque da intendersi eccezionale).

Nelle tabelle che seguono si espongono i dati aggregati relativi a proventi e oneri correnti dal 2006 al 2009.

Proventi Correnti	2006	2007	2008	2009
1) Diritto Annuale	2.000.000,00	1.898.596	2.085.005	2.219.596
2) Diritti di Segreteria	398.738,71	380.414	383.108	361.551
3) Contributi trasferimenti e altre entrate	954.004,95	808.144	2.096.542	1.547.582
4) Proventi da gestione di beni e servizi	20.058,33	0	50.669	60.760
5) Variazione delle rimanenze		0	12.492	1.946
Totale proventi correnti	3.372.801,99	3.087.154	4.627.817	4.191.435

Oneri Correnti	2006	2007	2008	2009
6) Personale	1.858.346,10	1.450.802	1.525.750	1.543.885
7) Funzionamento	1.318.178,36	1.158.561	1.130.617	1.209.449
8) Interventi economici	623.199,79	287.225	606.711	795.344
9) Ammortamenti e accantonamenti	89.368,82	149.578	331.916	530.341
Totale Oneri Correnti (B)	3.889.093,07	3.046.168	3.594.995	4.079.021

I dati economici pluriennali (valori stimati 2010 - 2015)

Di seguito viene proposta una stima dei possibili andamenti dei costi e dei ricavi, formulata sulla base della previsione di fine esercizio 2010 (suscettibile dunque di variazione, talvolta anche di rilevante entità, in sede di redazione del consuntivo).

La stima dei **costi di struttura** e dei **ricavi correnti** ha carattere prudenziale. Pertanto si è ipotizzato un andamento tendenzialmente costante, non migliorativo ma anche non peggiorativo.

CONTO ECONOMICO PLURIENNALE	2010	2011	2012	2013	2014
Diritto Annuale	€ 2.056.780,00	€ 2.056.780,00	€ 2.056.780,00	€ 2.077.347,80	€ 2.098.121,28
Sanzioni da Diritto Annuale	€ 133.591,00	€ 133.591,00	€ 133.591,00	€ 134.926,91	€ 136.276,18
Diritti di Segreteria	€ 389.400,00	€ 389.400,00	€ 389.400,00	€ 389.400,00	€ 389.400,00
Contributi su Rigidità	€ 600.000,00	€ 600.000,00	€ 600.000,00	€ 600.000,00	€ 600.000,00
Contributi su Progetti	€ 365.995,00	€ 285.995,00	€ 285.995,00	€ 285.995,00	€ 285.995,00
Gestione Servizi	€ 107.750,00	€ 107.750,00	€ 108.827,50	€ 109.915,78	€ 111.014,93
Altri Ricavi	€ 395.438,00	€ 395.438,00	€ 395.438,00	€ 395.438,00	€ 395.438,00
Totale proventi	€ 4.048.954,00	€ 3.968.954,00	€ 3.970.031,50	€ 3.993.023,48	€ 4.016.245,39
Costi dirigenti	-€ 166.200,00	-€ 166.200,00	-€ 167.862,00	-€ 169.540,62	-€ 174.965,92
Costi personale dipendente	-€ 821.671,91	-€ 807.650,20	-€ 829.888,63	-€ 809.580,43	-€ 805.964,50
Costi personale non dipendente	-€ 12.000,00	-€ 12.000,00	-€ 12.120,00	-€ 12.000,00	-€ 12.632,92
Costi del personale	-€ 999.871,91	-€ 985.850,20	-€ 1.009.870,63	-€ 991.362,25	-€ 993.563,34
Costi di funzionamento	-€ 1.400.692,00	-€ 1.415.460,12	-€ 1.415.460,12	-€ 1.415.460,12	-€ 1.415.460,12
Totale oneri di funzionamento	-€ 2.400.563,91	-€ 2.386.542,20	-€ 2.425.330,75	-€ 2.406.822,37	-€ 2.409.023,46
Perdite su crediti	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Ammortamenti	-€ 125.541,62	-€ 182.446,17	-€ 238.725,71	-€ 296.431,98	-€ 295.049,37
Accantonamenti a fondo svalutazione crediti	-€ 412.172,76	-€ 412.172,76	-€ 412.172,76	-€ 416.294,48	-€ 420.457,43
Accantonamenti a fondo rischi e oneri	-€ 20.000,00	-€ 20.000,00	€ -	€ -	€ -
Accantonamenti a fondo TFR	-€ 90.897,00	-€ 88.420,00	-€ 87.783,00	-€ 87.783,00	-€ 90.530,00



TOTALE AMMORTAMENTI E ACCANTONAMENTI	-€ 648.611,38	-€ 703.038,92	-€ 738.681,47	-€ 799.205,47	-€ 804.733,77
MARGINE COPERTURA INTERVENTI ECONOMICI	€ 999.778,71	€ 864.301,72	€ 805.716,25	€ 800.508,50	€ 801.185,13
Iniziative dirette	-€ 1.079.550,00	-€ 950.004,00	-€ 950.004,00	-€ 950.004,00	-€ 950.004,00
costi di promozione economica territorio	-€ 80.000,00	-€ 80.000,00	-€ 80.000,00	-€ 80.000,00	-€ 80.000,00
Totale oneri interventi economici	-€ 1.159.550,00	-€ 1.030.004,00	-€ 1.030.004,00	-€ 1.030.004,00	-€ 1.030.004,00
Risultato operativo	-€ 159.771,29	-€ 165.702,28	-€ 224.287,75	-€ 243.008,35	-€ 227.515,84
Risultato della gestione finanziaria	€ 29.470,03	€ 19.952,48	€ 19.706,48	€ 19.462,73	€ 19.222,73
Risultato della gestione straordinaria	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
RETIFICHE DELL'ATTIVO PATRIMONIALE	-€ 367.267,71	€ -	€ -	€ -	€ -
Sopravvenienze attive da incasso diritto annuale	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
AVANZO/DISAVANZO ECONOMICO DI ESERCIZIO	-€ 497.568,97	-€ 145.749,80	-€ 204.581,27	-€ 224.848,66	-€ 209.596,14



5. Obiettivi strategici

Nell'ambito degli obiettivi strategici sono state individuate quattro aree strategiche, in linea con quanto descritto nella Piano della Programmazione Pluriennale. Le aree strategiche della Camera di Commercio di Oristano quindi sono:

1. Pubblica Amministrazione per le Imprese
2. Competitività Imprese e Territorio
3. Regolazione del Mercato
4. Trasparenza

Le aree strategiche sono sintetizzate nell'albero delle performance al precedente § 3.3.

Di seguito vengono descritti gli obiettivi strategici individuati per ogni area, i risultati attesi nel triennio di previsione e gli indicatori individuati per misurare il grado di raggiungimento degli obiettivi.



Area Strategica	1 - Pubblica Amministrazione per le imprese
Aree organizzative coinvolte nella realizzazione	Anagrafico Certificativa - Promozione economica e tutela del mercato - Contabilità e Finanza - Affari Generali - Staff
Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	<p>Il sistema delle Imprese richiede, anche attraverso le Associazioni di rappresentanza, certezza delle condizioni, delle modalità e dei tempi per la realizzazione delle attività e degli investimenti necessari per competere nei mercati globalizzati.</p> <p>Alla Camera di Commercio, in particolare, si chiede celerità delle operazioni anagrafiche, accessibilità alle banche dati, qualità delle informazioni in esse contenute, supporto nell'utilizzo dei programmi informatici, ascolto delle esigenze e disponibilità a valutare proposte e suggerimenti.</p> <p>L'efficienza interna ed esterna dell'azione amministrativa, è perseguibile ricorrendo alle diverse leve disponibili: innovazione, adeguamento informatico ma anche adeguamento delle competenze professionali interne ed esterne. Lo sviluppo registrato nelle tecnologie dell'informazione e della comunicazione costituisce una grande opportunità da cogliere in tale direzione.</p>

Obiettivo strategico 1.1 - "E Government: semplificazione e accessibilità dei Servizi alle imprese"
1.1.1 Miglioramento della qualità dell'informazione degli archivi camerali, semplificazione e riduzione dei tempi dell'azione amministrativa
<p>Potenziamento del servizio all'utenza in termini di riduzione dei tempi di attesa e di istruzione pratiche. Prosecuzione dell'attività di pulizia del Registro delle Imprese attraverso l'avvio dei procedimenti di cancellazione d'ufficio dal Registro delle imprese (D.P.R. 47/2004 e art 2490 c.c.)</p> <p>Un'informazione più attendibile da parte del Registro delle Imprese permetterà parallelamente di rendere maggiormente attendibile anche l'informazione riferita alle entrate dell'Ente.</p>
RISULTATI ATTESI:
<ul style="list-style-type: none"> - Riduzione dei tempi d'evasione delle pratiche - Miglioramento della qualità dell'archivio, pulito delle posizioni non più compatibili con la permanenza dell'iscrizione - Miglioramento base di calcolo per il bilancio preventivo - Riduzione numero cartelle esattoriali ad alto rischio di insolvenza - Miglioramento del controllo, delle procedure interne e dei tempi di lavorazione
INDICATORI DI PERFORMANCE
<p>Tempi medi di evasione pratiche (2011-13) < tempi medi di evasione pratiche (2008-10)</p> <p>Numero pratiche cancellazione d'ufficio avviate</p> <p>Indice di Customer Satisfaction (2011-13) = livello di buona soddisfazione</p> <p>Crescita della % di pratiche del registro Imprese evase entro i 5gg. Risultato atteso 75%</p> <p>Incremento del tasso di riscossione del diritto annuale</p>



1.1.2 Potenziamento delle attività CRM

Il CRM è lo strumento che consente la gestione delle relazioni con i clienti, col fine di averne sempre presente la situazione, prevederne le necessità ed in definitiva mantenere viva nell'utenza l'attenzione per le attività proposte. L'obiettivo è quello di intensificare la relazione tra la Camera e le imprese sviluppando processi di comunicazione personalizzata e bidirezionale (verso le imprese e dalle imprese) per rispondere alle esigenze specifiche dei diversi segmenti di imprese target e aumentare la loro fiducia nei confronti della camera stessa.

Con il tempo, la progressiva registrazione dei contatti avuti dalla CCIAA permetterà di istituire una "memoria organizzativa" unica di tutti i contatti tra la Camera e le Imprese consentendo di tenere traccia di tutti i contatti intercorsi con ciascuna Impresa da parte di ogni unità organizzativa interna, costruendo una "storia" della relazione tra Camera e Impresa.

RISULTATI ATTESI

Rilevazione dei contatti al fine di mappare le relazioni instaurate con l'utenza finale e tracciare un profilo rientrante in determinate griglie di valori utili a conoscere i bisogni dell'utenza.

Potenziamento dell'uso della piattaforma CIAO Impresa allo scopo di avere un costante punto di riferimento in merito al numero di campagne promozionali avviate e al numero di contatti attivati.

INDICATORI DI PERFORMANCE

Incremento del numero di contatti inseriti nella banca dati del CRM (Customer Relationship Management)

Campagne promozionali avviate attraverso CIAO Impresa 2011-2013 > Campagne promozionali avviate attraverso CIAO Impresa 2008 - 2010

1.1.3 Diffusione dell'uso della posta elettronica certificata

La Posta Elettronica Certificata (PEC) è un sistema di posta elettronica nel quale è fornita al mittente la documentazione elettronica, con valenza legale, attestante l'invio e la ricezione di documenti informatici.

Con la Pec è possibile inviare una e-mail con lo stesso valore legale di una raccomandata con avviso di ricevimento. Ogni interessato potrà così notificare, se in possesso di Pec, atti legali, contratti, diffide e richieste sottoscrivendo i documenti con firma digitale e trasmettendo il tutto all'indirizzo Pec del destinatario pubblicato nel Registro imprese.

RISULTATO ATTESO

Incrementare l'uso della posta elettronica certificata come modo di comunicazione verso l'esterno che permetta di "educare" i propri interlocutori di riferimento all'uso della posta elettronica favorendo al contempo la riduzione dei tempi e degli oneri legati all'utilizzo della carta.

INDICATORI DI PERFORMANCE

N. di caselle di posta elettronica attivate presso gli uffici camerale 2011-2013 > N. di caselle di posta elettronica attivate presso gli uffici camerale 2008-2010

N. di istanze pervenute via posta elettronica certificata 2011-2013 > N. di istanze pervenute via posta elettronica certificata 2008-2010



Obiettivo strategico 1.2 “Modernizzazione dell’organizzazione interna”

In relazione ai diversi ambiti di riferimento dovranno pertanto essere adottati provvedimenti di adeguamento delle competenze e di adeguamento dei procedimenti.

E’ direttamente collegato al precedente obiettivo, in quanto per favorire la realizzazione di qualsiasi processo di innovazione è imprescindibile l’azione sull’organizzazione anche attraverso l’intervento su processi interni che pur non avendo un diretto impatto nei confronti dell’esterno ne condizionano in maniera diretta il risultato.

1.2 “Modernizzazione dell’organizzazione interna”

1.2.1 Ciclo della performance

Il ciclo della performance, introdotto da decreto legislativo 150/2009, completa il sistema di programmazione e controllo già introdotto per le Camere di Commercio dal DPR 254/2005, recante il Regolamento per la disciplina della gestione patrimoniale e finanziaria, consentendo di armonizzare gli strumenti a disposizione per verificare i livelli di efficacia, efficienza e qualità dell’attività camerale.

Risultati attesi:

- Adozione del Ciclo della Performance.
- Revisione del Sistema Premiante e di Valutazione.
- Predisposizione e Adozione dei regolamenti interni atti allo scopo (Regolamento degli uffici e dei Servizi; Disciplinare del Controllo di Gestione).

INDICATORI DI PERFORMANCE

Entrata a regime del Ciclo della Performance entro l’anno 2012

Adozione del nuovo sistema di valutazione e di incentivazione del personale entro il 2012

Predisposizione dei regolamenti interni per la disciplina dei procedimenti amministrativi legati al Ciclo della Performance e al Controllo di gestione entro il 2012.

1.2 “Modernizzazione dell’organizzazione interna”

1.2.2 Benessere organizzativo

Per favorire inoltre il miglioramento della qualità delle relazioni sul posto di lavoro e pervenire ad una compiuta valorizzazione delle risorse umane, individuando opportune misure di miglioramento sulle dimensioni che condizionano negativamente la qualità della vita sul luogo di lavoro, saranno progettati e realizzati meccanismi di misurazione del **benessere organizzativo**.

RISULTATI ATTESI:

Conoscere lo stato del benessere avvertito dal personale dipendente e predisposizione delle misure di adeguamento rispetto ai condizionamenti negativi.

INDICATORI DI PERFORMANCE

Predisposizione delle schede per la rilevazione del benessere organizzativo e somministrazione entro il 2012

Rendicontazione dei risultati rilevati attraverso l’analisi dei risultati emersi dai questionari somministrati entro il 2013

Obiettivo strategico 1.3 “Miglioramento dell’efficienza amministrativa e degli Standard Qualitativi dei Servizi di Supporto”

1.3 “Miglioramento dell’efficienza amministrativa e degli Standard Qualitativi dei Servizi di Supporto”

1.3.1 Servizi Contabili e Diritto Annuale

Garantire il tempestivo pagamento delle somme dovute per somministrazioni, forniture ed appalti in applicazione a quanto disposto dall’art. 9 del d.l. 1 luglio 2009, n. 78, convertito con modificazioni nella legge 102/2009.

Disporre di dati amministrativo/contabili aggiornati e dettagliati per poter aggiornare la programmazione degli



interventi economici e attuare politiche di recupero crediti e monitoraggio della spesa.
Necessità di intensificare la comunicazione nei confronti delle imprese (e relativi intermediari) non in regola con il pagamento del diritto annuale allo scopo di dare maggior evidenza dei possibili vantaggi previsti da una tempestiva regolarizzazione dei versamenti mancanti: sanzione ridotta prevista dal ravvedimento operoso, sblocco della certificazione, inibizione dell'iscrizione a ruolo.
Migliorare la gestione del diritto annuale al fine di incrementare il tasso di riscossione e ridurre i costi della gestione coattiva del credito, anche attraverso un più attento monitoraggio della riscossione stessa e degli aggiornamenti contabili.

Risultati attesi:

Ridurre l'incidenza dei costi dei servizi di supporto rispetto al totale dei costi camerale
Sensibilizzazione delle Imprese al pagamento del diritto annuale
Migliorare l'efficienza del servizio mediante la riduzione dei tempi medi di pagamento dei fornitori

INDICATORI DI PERFORMANCE

Percentuale pagamenti entro 30 giorni ricevimento fattura > 90% delle fatture pervenute
Studio e progettazione di iniziative di sensibilizzazione per il pagamento del diritto annuale e per la regolarizzazione dell'arretrato

1.3 “ Miglioramento dell'efficienza amministrativa e degli Standard Qualitativi dei Servizi di Supporto”

1.3.2 Provveditorato - Economato

Si rende necessario dare attuazione alle disposizioni di cui all'art. 125 del D.Lgs 163/2006, Codice dei contratti pubblici, seguito dell'abrogazione del DPR 384/2011, disposta dall'art. 358, comma 1, lettera f), del DPR 207/2010, Regolamento di attuazione del D.Lgs 163/2006.

Altra necessità riguarda la dismissione e eliminazione di beni e attrezzature non più utilizzabili giacenti nel deposito camerale.

RISULTATI ATTESI:

Assicurare regolarità e tempestività acquisizione forniture beni e servizi ed esecuzione lavori
Scarto e avvio a riciclaggio o discarica attrezzature e materiale non più utilizzabili

INDICATORI DI PERFORMANCE

Predisposizione bozza Regolamento per l'acquisizione di beni e servizi e realizzazione di lavori in economia
Aggiornamento e revisione periodica dell'inventario informatizzato

1.3 “ Miglioramento dell'efficienza amministrativa e degli Standard Qualitativi dei Servizi di Supporto”

1.3.3 Risorse Umane

Introduzione degli strumenti previsti dal CAD (Codice dell'Amministrazione Digitale) nel rapporto con il personale camerale.

RISULTATI ATTESI:

Riduzione dell'uso della carta nelle comunicazioni con il personale camerale

INDICATORI DI PERFORMANCE

Distribuzione di PEC ai responsabili dei servizi
Gestione ferie e permessi mediante comunicazione digitale



Area Strategica	2- Competitività Imprese e Territorio
Aree organizzative coinvolte nella realizzazione	Servizio Promozione Economica e Regolazione del Mercato; Affari Generali; Contabilità e Finanza; Staff
Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	Le Imprese e il territorio in generale richiedono costante attività di informazione sui dati economici generali e su mercati specifici nel particolare, per le necessità di orientare le proprie produzioni e il conseguente approccio ai mercati. Emerge inoltre il fabbisogno di formazione finalizzata alla nascita di nuove imprese e al consolidamento delle competenze di quelle esistenti. In alcune filiere produttive si manifestano opportunità per l'internazionalizzazione, con particolare attenzione ai mercati esteri nei quali è forte l'interesse per i prodotti di nicchia, caratterizzati da origine e qualità certificata. Il settore turistico, a fronte di un offerta limitata di posti letto nelle strutture alberghiere, presenta un tasso di occupazione molto basso. Si rende quindi necessario favorire l'utilizzo delle strutture ricettive nei periodi di media e bassa stagione, promuovendo la nascita di prodotti turistici che possano soddisfare diversi segmenti della domanda, soprattutto quelli legati al territorio e alle sue peculiarità, quali il turismo culturale, il turismo enogastronomico, il turismo equestre, etc.

Obiettivo strategico 2.1 "Informazione Economica "
2.1.1 Valorizzazione del patrimonio dati, informazioni e conoscenze in possesso della Camera di Commercio attraverso l'elaborazione, la realizzazioni di analisi, la pubblicazione e successiva divulgazione esterna
RISULTATI ATTESI: Realizzazione periodica di studi e analisi sull'economia locale e divulgazione dei dati. Realizzazione format e Pubblicazione Newsletter Camerale n. Ø Concorso tesi di laurea sull'economia dell'Oristanese
INDICATORI DI PERFORMANCE N° di elaborazioni di dati e pubblicazioni annuali ≥ 4 (trimestrali) N° di elaborazione di dati riferiti all'imprenditoria femminile ≥ 2 (semestrali) Uscite n. Ø Newsletter annuali N° di partecipanti al Concorso tesi di laurea sull' economia della provincia > 6

Obiettivo strategico 2.2 "Diffusione della cultura d'impresa"
2.2.1 Adozione di politiche in grado di favorire la natalità imprenditoriale e lo sviluppo delle filiere produttive attraverso iniziative a sostegno della formazione, azioni rivolte a promuovere la nascita motivata, attenta e consapevole, potenziando servizi e attività dedicati all'autoimpiego, alla nuova imprenditorialità e interventi rivolti a favorire l'accesso al credito mediante l'attivazione di collaborazioni con i Consorzi Garanzia fidi e con gli Istituti di credito.
RISULTATI ATTESI: Miglioramento dei Tassi di demografia di impresa Incremento nel numero di partecipanti alle iniziative di formazione Attivare collaborazioni con i Consorzi Garanzia Fidi e con Istituti di credito.



INDICATORI DI PERFORMANCE

Tasso di natalità triennio 2011-2013 > tasso di natalità Triennio 2008 – 2010

Tasso di mortalità triennio 2011-2013 < Tasso di mortalità nel Triennio 2008 – 2010

Tasso di sviluppo triennio 2011-2013 > Tasso di sviluppo Triennio 2008 – 2010

Partecipanti alle attività formative attivate dalla CCIAA nel triennio 2011 – 2013 > Partecipanti alle attività formative attivate dalla CCIAA nel triennio 2010 – 2008.

N° di imprese che accedono alla garanzia dei consorzi fidi o a servizi bancari sulla base di accordi posti in essere dalla CCIAA = N

Obiettivo strategico 2.3 “Apertura dell’economia locale ai mercati esteri”

Sul fronte dell’internazionalizzazione, coerentemente con le linee fissate dal Ministero per lo Sviluppo Economico, si intende favorire la crescita del livello di internazionalizzazione del sistema produttivo locale.

2.3.1 Attività a sostegno delle PMI che intendono internazionalizzarsi attraverso la promozione della partecipazione a Fiere, Workshop e missioni commerciali.

Risultati attesi:

- Accrescere il grado di internazionalizzazione del sistema produttivo locale incrementando anno per anno il numero di imprese che partecipano ad iniziative di approccio ai mercati esteri nel triennio 2011-2013
- Incrementare il numero di imprese che nel triennio 2011-2013 avviano rapporti commerciali con l'estero, rispetto alle aziende che avevano intrapreso tali attività nel triennio precedente;

INDICATORI DI PERFORMANCE

- N° imprese internazionalizzate nel triennio 2011-2013 > N° imprese internazionalizzate nel triennio 2008-2010
- N° imprese che partecipano all’attività di internazionalizzazione della CCIAA nel triennio 2011-2013 > N° di imprese che hanno partecipato all’attività di internazionalizzazione della CCIAA nel triennio 2008-2010

2.3.2. Azioni formative e informative e offerta di servizi di supporto specializzati sul tema dell’internazionalizzazione mediante assistenza allo sviluppo del potenziale di commercio internazionale attraverso la diffusione di informazioni sulle politiche di sostegno esistenti (programmi comunitari, cooperazione transfrontaliera, matchmaking)
momenti formativi

RISULTATI ATTESI:

- Incrementare il numero delle imprese che nel triennio 2011-2013 accedono a programmi informativi di sostegno all’internazionalizzazione avviati dalla CCIAA
- Favorire l’internazionalizzazione da parte di imprese non internazionalizzate attraverso attività volte alla qualificazione delle risorse umane impiegate nella stesse, finalizzando tali interventi all’accesso a nuovi mercati.

INDICATORI DI PERFORMANCE

- Incremento rispetto al triennio precedente del numero di imprese che nel corso del triennio 2011-2013 partecipano alle attività camerale nell’ambito “Internazionalizzazione” : xxx %
- N° di imprese che successivamente alle attività di sostegno avviate dalla CCIAA accedono ai mercati esteri

Obiettivo strategico 2.4 “Valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali e rafforzamento della capacità di attrazione turistica”

Potenziamento delle politiche di stimolo e supporto allo sviluppo, attraverso le iniziative promosse nel territorio, nella



convinzione che queste contribuiscano positivamente a qualificare l'offerta sia essa di stretta valenza turistico-culturale sia essa di valenza commerciale.

2.4.1 Realizzazione di **iniziative integrate di promozione nel territorio** mediante organizzazione per conto proprio o in compartecipazione a iniziative di terzi.

2.4.2 **Tutela e salvaguardia delle produzioni locali**, mediante l'adozione di politiche di qualità in grado di fornire garanzie al consumatore e favorire la diffusione di una cultura di qualità all'interno della filiera agroalimentare, attraverso il sostegno dei **programmi di adesione alle certificazioni europee**, la costituzione di **marchi collettivi** e la diffusione di **sistemi di tracciabilità agroalimentare**.

2.4.3 Potenziamento delle attività di **controllo sulla qualità** della filiera vitivinicola della provincia grazie all'attività svolta dalla Camera quale organismo di controllo recentemente autorizzato dal Ministero dell'Agricoltura.

RISULTATI ATTESI:

- Favorire lo sviluppo nei segmenti del turismo enogastronomico, rurale, ambientale, culturale, equestre.
- Diffusione degli strumenti di certificazione della qualità
- Adozione di disciplinari di produzione volontari da parte delle imprese operanti all'interno della filiera agroalimentare
- Studio e Promozione di marchi collettivi

INDICATORI DI PERFORMANCE

- Numero di Imprese partecipanti a iniziative promosse dalla Camera
- Numero di persone partecipanti alle iniziative promosse dalla Camera a sostegno del turismo enogastronomico, rurale, ambientale, culturale, equestre (Triennio 2011-2013 > Triennio 2008-2010).
- N° di Imprese che hanno adottato sistemi di certificazione della qualità a seguito di iniziative promosse dalla CCIAA.
- N° di disciplinari di produzione volontari approvati all'interno della Filiera agroalimentare = N
- N° di Imprese che hanno adottato disciplinari di produzione volontari nell'ambito della filiera agroalimentare = N
- N° di marchi collettivi adottati > 0

Obiettivo strategico 2.5 "Incremento strutturale e funzionale degli uffici e degli spazi camerale per le imprese"

Dotare l'Ente di Strutture adeguate e maggiormente funzionali all'erogazione dei servizi ed allo svolgimento delle attività promozionali con la contestuale riduzione degli oneri per locazioni.

2.5.1 **Prosecuzione delle attività per la realizzazione del Centro Servizi per le Imprese**

Risultati attesi: Prosecuzione delle opere riferite al Centro Servizi per le Imprese;

Il finanziamento per la realizzazione del Centro Servizi è previsto mediante il ricorso a risorse del bilancio camerale. Tuttavia, il fabbisogno finanziario connesso alle esigenze di liquidità, potrebbe comportare il ricorso all'indebitamento.

INDICATORI DI PERFORMANCE

Affidamento lavori 1° lotto entro il 2011
Trasferimento di alcuni uffici entro il 2013

2.5.2 **Rivisitazione del progetto della nuova Sede Camerale**

Risultati attesi: Analisi del progetto redatto nel passato e studio di possibili soluzioni modificative e/o alternative

INDICATORI DI PERFORMANCE

Individuazione soluzione programmatica entro il 31.12.2011

Area Strategica	3 - Regolazione del Mercato
Aree organizzative coinvolte nella realizzazione	Servizio Promozione Economica e Regolazione del Mercato;



	Staff
Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	Il regolare funzionamento dei mercati, il rispetto delle regole della concorrenza, la garanzia della qualità dei prodotti e l'applicazione di condizioni condivise e di prezzi chiari, la rapida soluzione di eventuali controversie, favoriscono il consumatore e assicurano una adeguata posizione nel mercato delle Imprese. L'esigenza di garantire tali condizioni spinge la Camera a rafforzare il suo ruolo di regolazione del mercato, anche in forma associata come previsto dal D.lgs 23/2010, e di sostenere tale mole con l'utilizzo delle tecnologie oggi disponibili.

3.1. Obiettivo strategico "Potenziamento dei servizi di Regolazione del Mercato"	
Rafforzamento del Ruolo della Camera nella regolazione del mercato, attraverso attività di informazione e comunicazione, lo sviluppo di professionalità, l'utilizzo degli strumenti informatici e telematici e la riorganizzazione dei servizi, anche nella possibile forma associata.	
3.1.1 Regolazione del mercato (Generale)	
RISULTATI ATTESI: Svolgimento dei servizi di Regolazione del Mercato in forma associata con altri Organismi Camerali (d.lgs n° 23 del 25 Febbraio 2010). Trasmissione telematica dei protesti. Svolgimento di percorsi formativi	
INDICATORI DI PERFORMANCE N° Servizi svolti in maniera associata N° Trasmissione protesti telematici N° Eventi formativi	

3.1.2 Obiettivo strategico	
Potenziamento delle attività di ispezione e controllo a tutela del consumatore e della fede pubblica.	
RISULTATI ATTESI: Incremento delle attività di vigilanza e controllo nell'ambito della metrologia legale e della sicurezza prodotti Incremento dell'attività ispettiva di verifiche metriche nel triennio 2011-2013 rispetto al triennio 2008-2010 Svolgimento di attività informativa	
INDICATORI DI PERFORMANCE N° Ispezioni nell'ambito della metrologia legale e della sicurezza prodotti (2011-13) > N° Ispezioni nell'ambito della metrologia legale e della sicurezza prodotti (2008-10) N° verifiche sicurezza prodotti > = a numero previsto in protocollo MISE/Unioncamere	
3.1.3 Obiettivo strategico	
Sviluppo delle attività dello sportello di Conciliazione verso la nuova Mediazione Civile, attraverso la realizzazione di intese con gli Ordini Professionali, la formazione degli operatori e la telematizzazione del servizio.	
Risultati attesi: Formazione Conciliatori in base alla nuova disciplina sulla Mediazione Civile Iscrizione nel Registro degli Organismi di Mediazione del Ministero di Giustizia Coinvolgimento degli Ordini Professionali Avvio della Conciliazione on line (istanze presentate mediante posta elettronica e istruttoria attraverso sportello virtuale).	
INDICATORI DI PERFORMANCE N° Conciliatori abilitati alla mediazione (2011- 2013) > N° (2008- 2010) N° Ordini Professionali coinvolti	



Iscrizione dell'organismo di mediazione al Ministero della Giustizia
N° di procedimenti di conciliazione avviati mediante procedura online (2011- 2013) > N° di procedimenti di conciliazione avviati mediante procedura online (2008 – 2010)

3.1.4 Obiettivo strategico

Promozione e diffusione dei Contratti - Tipo attraverso il coinvolgimento e la stipula di intese con le rappresentanze associative delle imprese e dei consumatori.

Risultati attesi:

Attività informativa e diffusione dell'utilizzo dei Contratti – Tipo

INDICATORI DI PERFORMANCE

N° Rappresentanze associative coinvolte (2011 – 2013) > N° Rappresentanze associative coinvolte (2008 – 2010)
N° Attività formative (2011 – 2013) > N° Attività formative (2008 – 2010)

3.1.5 Obiettivo strategico

Potenziamento delle attività di rilevazione prezzi e delle correlate attività di informazione.

Risultati attesi:

Monitoraggio nuovi settori economici.
Diffusione informativa prezzi monitorati

INDICATORI DI PERFORMANCE

N° Settori economici monitorati (2011 – 2013) > N° Settori economici monitorati (2008 – 2010)
Inserimento nel sito camerale dei dati rilevati entro 7 giorni.

3.1.6 Obiettivo strategico

Conferma e ampliamento del ruolo della Camera, anche in forma associata con le altre Camere nell'attività di controllo dei vini DOC E IGT.

Risultati attesi:

Incremento delle tipologie di vini DOC E IGT prodotti nella provincia di Oristano.

INDICATORI DI PERFORMANCE

Tipologie di vini controllati (2011 – 2013) > Tipologie di vini controllati (2008 – 2010)



Area Strategica	4- Trasparenza
Aree organizzative coinvolte nella realizzazione	Segreteria, Controllo di Gestione e tutti i servizi e uffici camerati.
Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	Oltre gli obblighi derivanti dal Decreto legislativo 150/2009, la promozione della diffusione della legalità, della trasparenza e dell'integrità costituisce una delle <i>mission</i> istituzionali di tutte le pubbliche amministrazioni, e in particolare della Camera, che svolge il proprio ruolo di supporto e promozione del sistema delle imprese e dell'economia provinciale.

4.1.1 Obiettivo strategico
Rafforzamento della Trasparenza attraverso la redazione e realizzazione del Programma Triennale e il rispetto della tempistica prevista.
Tutti i servizi e uffici
RISULTATI ATTESI:
Redazione, aggiornamento e attuazione del Programma triennale per la trasparenza e l'integrità.
INDICATORI DI PERFORMANCE
Approvazione del programma presentazione agli stakeholder e pubblicazione sul sito web entro 31.12.2011 Monitoraggio attuazione programma entro 31.12.2011
4.2.1 Obiettivo strategico
Miglioramento della qualità delle modalità di erogazione dei servizi, attraverso la rilevazione dei bisogni della collettività cui la Camera si rivolge e quindi l'avvio delle connesse attività di ascolto e rilevazione dei bisogni della clientela e del livello di servizio percepito. Introduzione di meccanismi di rilevazione per ciascun servizio dei livelli di soddisfazione (attesa e percepita). Attraverso la predisposizione e somministrazione di questionari di customer satisfaction si intende pervenire alla individuazione delle criticità esistenti nello svolgimento delle attività camerati per migliorare il livello delle prestazioni rese attraverso il recupero di inefficienza.
Tutti i servizi e uffici
Risultati attesi:
Introduzione di un sistema stabile di rilevazione della soddisfazione dell'utenza. Somministrazione questionario customer satisfaction a tutti gli utenti dei servizi camerati
INDICATORI DI PERFORMANCE
Introduzione del sistema di rilevazione entro il 30.06.2012 Numero di questionari distribuiti annualmente > 300 Numero di questionari compilati annualmente > 100
4.3.1 Obiettivo strategico
Miglioramento della qualità del sito camerale
Tutti i servizi e uffici
Risultati attesi:
Aggiornamento dei dati pubblicati con cadenza almeno bimestrale Inserimento sul sito web di tutta la modulistica relativa all'attività della Camera
INDICATORI DI PERFORMANCE
Numero di verifiche dei contenuti del sito Scaricabilità di tutta la modulistica entro 31.12.2011

6. Dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi

Il presente capitolo declina ciascun obiettivo strategico (OS) in uno o più obiettivi operativi (OO), che esprimono in termini di attività (eventi, iniziative, programmi, progetti) ciò che l'Ente si impegna a fare per dare attuazione concreta ai suddetti obiettivi strategici.

Per ciascun obiettivo operativo vengono quindi formulati uno o più indicatori di misurazione (KPIs).

Per comodità espositiva, gli OO ed i relativi KPIs sono ordinati ripercorrendo la medesima struttura a albero utilizzata nella illustrazione degli obiettivi strategici dell'Ente.

Tipologia	Obiettivo	Area strategica di riferimento
Obiettivo Strategico	1.1 E-Government: semplificazione e accessibilità dei servizi alle imprese 1.1.1 Miglioramento della qualità dell'informazione degli archivi camerali, semplificazione e riduzione dei tempi dell'azione amministrativa	1 - Pubblica Amministrazione per le Imprese
Obiettivo Operativo	1.1.1.1 Prosecuzione dell'attività di pulizia del Registro delle Imprese attraverso l'avvio dei procedimenti di cancellazione d'ufficio dal Registro delle imprese (D.P.R. 47/2004 e art 2490 c.c)	
Indicatore di performance	Numero di procedure di cancellazione d'ufficio avviate	
Obiettivo Operativo	1.1.1.2 Riduzione dei tempi d'evasione delle pratiche del Registro Imprese Risultati attesi: almeno 75% al 31.12.2011	
Indicatore di performance	Percentuale di pratiche evase entro 5 giorni	
Obiettivo Operativo	1.1.1.3 Riduzione dei tempi d'evasione delle pratiche a sportello fisico e telematico Risultati attesi: tempi medi evasione $t < (t - 1)$	
Indicatore di performance	tempi medi evasione pratiche	

Tipologia	Obiettivo	Area strategica di riferimento
Obiettivo Strategico	1.1 E-Government: semplificazione e accessibilità dei servizi alle imprese 1.1.2 Potenziamento delle attività CRM	1 - Pubblica Amministrazione per le Imprese
Obiettivo Operativo	1.1.2.1 Mappatura dei contatti acquisiti con il CRM e definizione di profili per un'aggregazione funzionale alla programmazione e alla realizzazione delle attività.	
Indicatore di performance	Realizzazione griglia e applicazione alla base di dati per l'aggregazione dei contatti in profili comuni.	
Obiettivo Operativo	1.1.2.2 Potenziamento dell'uso della piattaforma CIAO Impresa allo scopo di avere un costante punto di riferimento in merito al numero di campagne promozionali avviate e al numero di contatti attivati.	
Indicatore di performance	Incremento del numero di contatti inseriti nella banca dati del CRM Campagne promozionali avviate attraverso CIAO Impresa 2011-2013 > Campagne promozionali avviate attraverso CIAO Impresa 2008 - 2010	



Tipologia	Obiettivo	Area strategica di riferimento
Obiettivo Strategico	1.1 E-Government: semplificazione e accessibilità dei servizi alle imprese 1.1.3 Diffusione dell'uso della posta elettronica certificata	1 - Pubblica Amministrazione per le Imprese
Obiettivo Operativo	1.1.3.1 Assegnazione casella di posta elettronica certificata ai Responsabili dei servizi e ai responsabili di ufficio.	
Indicatore di performance	N. di caselle di posta elettronica attivate presso gli uffici camerali 2011-2013 > N. di caselle di posta elettronica attivate presso gli uffici camerali 2008-2010	
Obiettivo Operativo	1.1.3.2 Incrementare il numero di comunicazioni via posta elettronica certificata in entrata e in uscita	
Indicatore di performance	N. di comunicazioni spedite e pervenute via posta elettronica certificata 2011-2013 > N. di comunicazioni spedite e pervenute via posta elettronica certificata 2008-2010	

Tipologia	Obiettivo	Area strategica di riferimento
Obiettivo Strategico	1.2 Modernizzazione dell'organizzazione interna 1.2.1 Ciclo della Performance	1 - Pubblica Amministrazione per le Imprese
Obiettivo Operativo	1.2.1.1 Adozione del Ciclo della Performance.	
Indicatori di performance	Predisposizione bozza Piano della performance entro 31.1.2011 Predisposizione Piano della performance definitivo entro 30.6.2011 Entrata a regime del Ciclo della performance entro l'anno 2012	
Obiettivo Operativo	1.2.1.2 Revisione del Sistema Premiante e di Valutazione.	
Indicatore di performance	Predisposizione proposta nuovo sistema di valutazione e di incentivazione del personale entro il 31.12.2011	
Obiettivo Operativo	1.2.1.3 Predisposizione dei regolamenti interni correlati al Ciclo della performance (Regolamento degli uffici e dei Servizi).	
Indicatore di performance	Predisposizione entro il 31.12.2011	
Obiettivo Operativo	1.2.1.4 Predisposizione dei regolamenti interni correlati al Ciclo della performance (Disciplinare del Controllo di Gestione).	
Indicatore di performance	Predisposizione entro il 31.12.2011	

Tipologia	Obiettivo	Area strategica di riferimento
Obiettivo Strategico	1.2 Modernizzazione dell'organizzazione interna 1.2.2 Benessere organizzativo	1 - Pubblica Amministrazione per le Imprese
Obiettivo	1.2.2.1 Rilevazione dello stato del benessere avvertito dal personale della Camera.	



Operativo	
Indicatori di performance	<p>Predisposizione schede rilevazione benessere entro 31.12.2011</p> <p>Somministrazione schede di rilevazione entro 30.03.2012</p> <p>Rilevazione dei risultati entro 30.6.2012</p> <p>Predisposizione proposte misure di adeguamento rispetto ai condizionamenti negativi 31.12.2012</p>

Tipologia	Obiettivo	Area strategica di riferimento
Obiettivo Strategico	1.3 Miglioramento dell'efficienza amministrativa e degli Standard Qualitativi dei Servizi di Supporto 1.3.1 Contabilità e diritto annuale	1 - Pubblica Amministrazione per le Imprese
Obiettivo Operativo	1.3.1.1 Riduzione dei tempi medi di pagamento dei fornitori	
Indicatori di performance	Tempi medi di pagamento dei fornitori $t < (t - 1)$	
Obiettivo Operativo	1.3.1.2 Sensibilizzazione delle Imprese al pagamento del diritto annuale	
Indicatori di performance	Realizzazione proposta progetto di iniziativa di sensibilizzazione per il pagamento del diritto annuale e per la regolarizzazione dell'arretrato	
Obiettivo Strategico	1.3 Miglioramento dell'efficienza amministrativa e degli Standard Qualitativi dei Servizi di Supporto 1.3.2 Provveditorato-economato	1 - Pubblica Amministrazione per le Imprese
Obiettivo Operativo	1.3.2.1 Assicurare regolarità e tempestività acquisizione forniture beni e servizi ed esecuzione lavori	
Indicatore di performance	Predisposizione bozza Regolamento per l'acquisizione di beni e servizi e realizzazione di lavori in economia entro 30.06.2011	
Obiettivo Operativo	1.3.2.2 Riordino del deposito ed eliminazione materiale vetusto e obsoleto	
Indicatore di performance	Scarto e avvio a riciclaggio o discarica attrezzature e materiale non più utilizzabili entro 31.12.2011	
Obiettivo Strategico	1.3 Miglioramento dell'efficienza amministrativa e degli Standard Qualitativi dei Servizi di Supporto 1.3.3 Risorse umane	1 - Pubblica Amministrazione per le Imprese
Obiettivo Operativo	1.3.3.1 Riduzione dell'uso della carta nelle comunicazioni con il personale camerale	
Indicatore di performance	Gestione ferie e permessi mediante comunicazione digitale entro 31.12.2011	

Tipologia	Obiettivo	Area strategica di riferimento
Obiettivo Strategico	2.1.1 Valorizzazione del patrimonio dati, informazioni e conoscenze in possesso della Camera di Commercio attraverso l'elaborazione, la realizzazioni di analisi, la pubblicazione e successiva divulgazione esterna	2 - Competitività Imprese e Territorio



Obiettivo Operativo	2.1.1.1. Realizzazione periodica di studi e analisi sull'economia locale e divulgazione dati
Indicatore di performance	N. pubblicazioni annuali dei dati relativi all'economia locale ≥ 4 (trimestrali) N. pubblicazioni annuali dei dati relativi all'imprenditoria femminile ≥ 2 (semestrali)
Obiettivo Operativo	2.1.1.2. Predisposizione format e Numero Zero Newsletter Camerale
Indicatore di performance	Uscita Numero Zero Newsletter Camerale
Obiettivo Operativo	2.1.1.3. Organizzazione e realizzazione del Concorso Premio tesi di Laurea sull'economia dell'Oristanese.
Indicatore di performance	Istruttoria domande partecipazione, attività di segreteria della Commissione e predisposizione bozza bando nuova edizione

Obiettivo Strategico	2.2.1 Diffusione della cultura d'Impresa	2 - Competitività Imprese e Territorio
Obiettivo Operativo	2.2.1.1 Accrescimento competenze degli addetti allo sportello Impresa	
Indicatore di performance	Numero corsi di formazione per addetti sportello Numero ore di formazione per addetti sportello	
Obiettivo Operativo	2.2.1.2 Redazione proposte progettuali per iniziative a sostegno della formazione, della nascita di nuova imprenditorialità e di nuova occupazione	
Indicatore di performance	Numero progetti proposti > 0	
Obiettivo Operativo	2.2.1.3 Prosecuzione di collaborazioni con i Consorzi Garanzia fidi e con gli Istituti di credito.	
Indicatore di performance	Numero proposte di accordo con Istituti di Credito e Consorzi Garanzia fidi > 0	

Obiettivo Strategico	2.3 Apertura dell'economia locale ai mercati esteri 2.3.1 Attività a sostegno delle PMI che intendono internazionalizzarsi attraverso la promozione della partecipazione a Fiere, Workshop e missioni commerciali.	2 - Competitività Imprese e Territorio
Obiettivo Operativo	2.3.1.1 Crescita del numero dei settori e del numero di Imprese coinvolti nei processi di internazionalizzazione.	
Indicatore di performance	N. settori coinvolti nelle iniziative a favore dell'internazionalizzazione oltre l'agroalimentare > 0 N. imprese partecipanti alle iniziative sull'internazionalizzazione nel triennio 2011-2013 $>$ triennio 2008-2010.	
Obiettivo Operativo	2.3.1.2 Incremento del numero di azioni formative e informative e dell'offerta di servizi di supporto sul tema dell'internazionalizzazione.	
Indicatore di performance	N. di iniziative formative e informative sul tema dell'internazionalizzazione avviate dalla Camera nel triennio 2011-2013 $>$ N. di iniziative formative e informative sul tema dell'internazionalizzazione avviate dalla Camera nel triennio 2008-2010 N. trasmissione informazioni su iniziative e mercati esteri N. banche dati internazionalizzazione a disposizione delle Imprese nel triennio 2011-2013 $>$ triennio 2008-2010.	



Obiettivo Strategico	2.4 Valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali e rafforzamento della capacità di attrazione turistica	2 - Competitività Imprese e Territorio
Obiettivo Operativo	2.4.1.1 Realizzazione di iniziative integrate di promozione del territorio mediante organizzazione per conto proprio o in compartecipazione a iniziative di terzi.	
Indicatore di performance	<ul style="list-style-type: none"> - N. iniziative organizzate direttamente dalla Camera - N. atti di affidamento forniture, lavori e servizi per iniziative organizzate direttamente dalla Camera - N. utenti/visitatori alle iniziative integrate di promozione del territorio realizzate dalla Camera - N. partecipazioni della Camera a iniziative promosse da terzi 	
Obiettivo Operativo	2.4.1.2 Tutela e salvaguardia delle produzioni locali , mediante l'adozione di politiche di qualità in grado di fornire garanzie al consumatore e favorire la diffusione di una cultura di qualità all'interno della filiera agroalimentare, attraverso il sostegno dei programmi di adesione alle certificazioni europee , la costituzione di marchi collettivi e la diffusione di sistemi di tracciabilità agroalimentare .	
Indicatore di performance	<ul style="list-style-type: none"> - N. di giornate di informazione e formazione alle imprese sui temi della certificazione di qualità > 3 - Numero realizzazione marchi collettivi > 1 - N. di disciplinari di produzione volontari proposti alle imprese della filiera agroalimentare > 1 	
Obiettivo Operativo	2.4.1.3 Potenziamento delle attività di controllo sulla qualità della filiera vitivinicola della provincia grazie attraverso l'organismo di controllo autorizzato dal Ministero dell'Agricoltura.	
Indicatore di performance	Predisposizione nuovi Piani di Controllo e prospetti tariffari per le 5 D.O. controllate dalla Camera di Commercio	

Obiettivo Strategico	2.5.Incremento strutturale e funzionale degli uffici e degli spazi camerale per le Imprese	2 - Competitività Imprese e Territorio
Obiettivo Operativo	2.5.1 Prosecuzione delle attività per la realizzazione del Centro Servizi per le Imprese	
Obiettivo Operativo	2.5.1.1 Prosecuzione delle attività per la realizzazione del Centro Servizi per le Imprese	
Indicatore di performance	Pubblicazione Bando di gara e aggiudicazione provvisoria entro il 2011	
Obiettivo Strategico	2.5.Incremento strutturale e funzionale degli uffici e degli spazi camerale per le Imprese	
Obiettivo Operativo	2.5.2 Rivasitazione del progetto della nuova Sede Camerale	
Obiettivo Operativo	2.5.2.1 Redazione proposta indicativa esigenze uffici camerale in nuova sede	
Indicatore di performance	Consegna proposta il 31.10.2011	

Tipologia	Obiettivo	Area strategica di riferimento
Obiettivo	3.1 Potenziamento dei servizi di Regolazione del Mercato	



Strategico	3.1.1 Regolazione del Mercato - Gestione in forma associata con altri Organismi Camerali - Trasmissione telematica protesti	3 - Regolazione del Mercato
Obiettivo Operativo	3.1.1.1 Predisposizione schema atti per avvio gestione associata servizi Regolazione mercato	
Indicatore di performance	Predisposizione schema atti per avvio gestione associata servizi Regolazione mercato entro 30.06.2011	
Obiettivo Operativo	3.1.1.2 Predisposizione e trasmissione proposta per invio telematico protesti ai soggetti coinvolti e realizzazione attività formativa	
Indicatore di performance	Predisposizione e trasmissione proposta entro 31.10.2011 e realizzazione seminario informativo entro 31.12.2011	

Obiettivo Strategico	3.1.2 Potenziamento delle attività di ispezione e controllo a tutela del consumatore e della fede pubblica	3 - Regolazione del Mercato
Obiettivo Operativo	3.1.2.1. Incremento dell'attività ispettiva e di controllo relativamente alla metrologia legale e alla sicurezza prodotti. Attività informativa rivolta alle imprese e consumatori.	
Indicatore di performance	<ul style="list-style-type: none"> - N. ispezioni effettuate nell'ambito della metrologia legale nel triennio 2011-2013 > N. ispezioni effettuate nel triennio 2008-2010 - N. iniziative informative nell'ambito della metrologia 2011-2013 > N. iniziative informative 2008-2010 - N. ispezioni effettuate nell'ambito della sicurezza prodotti nel triennio 2011-2013 > N. ispezioni effettuate nel triennio 2008-2010 - N. iniziative informative nell'ambito della sicurezza prodotti 2011-2013 > N. iniziative informative 2008-2010 	

Obiettivo Strategico	3.1.3 Sviluppo delle attività dello sportello di Conciliazione verso la nuova Mediazione Civile	3 - Regolazione del Mercato
Obiettivo Operativo	3.1.3.1. Avvio dell'attività dell'Organismo di Mediazione, informatizzazione del servizio e attività informativa.	
Indicatore di performance	<p>Predisposizione della documentazione completa per Iscrizione dell'organismo di mediazione al Ministero della Giustizia entro 31.08.2011</p> <p>Installazione del Software per la gestione dei procedimenti e per la mediazione on line entro il 31.12.2011</p> <p>N. iniziative informative sulla mediazione civile > 2</p> <p>Aggiornamento albo conciliatori entro 31.08.2011</p> <p>Riunioni con Ordini Professionali > 2</p>	

Obiettivo Strategico	3.1.4 Promozione e diffusione dei Contratti - Tipo	3 - Regolazione del Mercato
Obiettivo Operativo	3.1.4.1 Predisposizione dei Contratti-Tipo con il coinvolgimento delle Associazioni di Categoria e promozione dell'utilizzo degli stessi.	
Indicatore di performance	<p>N. iniziative informative nell'ambito dei Contratti – Tipo (2011-2013) > N. iniziative informative nell'ambito (2008-2010)</p> <p>N. Contratti – Tipo (2011-2013) > N. Contratti – Tipo (2008-2010) resi disponibili per l'utenza >3</p>	
Obiettivo Strategico	3.1.5. Assicurare maggiore trasparenza del mercato attraverso il potenziamento dell'attività di rilevazione e monitoraggio dei prezzi.	3 - Regolazione del Mercato
Obiettivo	3.1.5.1 Incremento numero settori economici monitorati	



Operativo		
Indicatore di performance	N. settori economici monitorati $t > (t-1)$	
Obiettivo Operativo	3.1.5.2 Diffusione informativa prezzi monitorati	
Indicatore di performance	Periodicità Pubblicazione prezzi monitorati $t > (t-1)$	
Obiettivo Operativo	3.1.5.1 Qualità degli elaborati pubblicati	
Indicatore di performance	Pubblicazioni corredate da tabelle e grafici $t > (t-1)$	
Obiettivo Strategico	3.1.6 Conferma e ampliamento del ruolo della Camera, anche in forma associata con le altre Camere nell'attività di controllo dei vini DOC E IGT	3 - Regolazione del Mercato
Obiettivo Operativo	3.6.1. Incremento dei controlli delle tipologie di vini DOC e IGT nella provincia di Oristano.	
Indicatore di performance	N. controlli (2011-2013) > N. controlli (2008- 2010)	

Tipologia	Obiettivo	Area strategica di riferimento
Obiettivo Strategico	4.1.1 Rafforzamento della Trasparenza attraverso la redazione e realizzazione del Programma Triennale e il rispetto della tempistica prevista	4 - Trasparenza
Obiettivo Operativo	4.1.1.1. Redazione e attuazione del Programma Triennale per la trasparenza e l'integrità.	
Indicatore di performance	- Redazione del Programma e pubblicazione sul sito web entro il 31/01/2011 - Monitoraggio attuazione programma entro il 31/12/2011	
Obiettivo Strategico	4.1.2. Miglioramento della qualità nella modalità di erogazione dei servizi attraverso la rilevazione dei bisogni della collettività cui la Camera si rivolge.	4 - Trasparenza
Obiettivo Operativo	4.1.2.1. Introduzione di un sistema stabile di rilevazione della soddisfazione dell'utenza	
Indicatore di performance	Introduzione di un sistema di rilevazione entro il 31/12/2011	
Obiettivo Operativo	4.1.2.2. Somministrazione questionario di customer satisfaction a tutti gli utenti dei servizi camerale.	
Indicatore di performance	Predisposizione questionario N. questionari distribuiti annualmente >300 N. questionari compilati annualmente >100	
Obiettivo Strategico	4.1.3 Miglioramento della qualità del sito camerale	4 - Trasparenza
Obiettivo Operativo	4.1.3.1. Aggiornamento dei dati pubblicati con cadenza almeno bimestrale	
Indicatore di	N. aggiornamenti sito > 26	



performance	N. verifiche dei contenuti del sito > 12
Obiettivo Operativo	4.1.3.2. Inserimento sul sito web di tutta la modulistica relativa all'attività della Camera.
Indicatore di performance	Scaricabilità di tutta la modulistica entro il 31/12/2011



7. Il processo seguito e le azioni di miglioramento del Ciclo di gestione delle performance

7.1 Fasi, soggetti e tempi del processo di redazione del Piano

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

1. Costituzione di un gruppo lavoro per la stesura del Piano delle Performance
2. Realizzazione di un breve programma formativo sugli obblighi previsti dal D. Lgs. 150/2009 e sulle delibere CIVIT relative al ciclo della performance, destinato a tutti i membri del gruppo di lavoro
3. Progettazione, formalizzazione e condivisione di schede da utilizzare per la raccolta strutturata delle informazioni relative agli obiettivi strategici e operativi
4. Analisi dei documenti di programmazione previsti dal decreto 254/05 (ciclo di pianificazione delle Camere di Commercio) per la corretta individuazione delle aree strategiche e degli obiettivi strategici.
5. Compilazione delle schede relative agli obiettivi strategici sulla base dei documenti di programmazione.
6. Compilazione delle schede relative agli obiettivi operativi da parte di ciascuna area organizzativa.
7. Verifica della coerenza tra obiettivi strategici e obiettivi operativi, come precedentemente definiti.
8. Stesura del Piano delle performance sulla base della documentazione precedentemente prodotta.

7.2 Coerenza con la programmazione economico-finanziaria e di bilancio

Come indicato al precedente § 7.1, l'analisi dei documenti di programmazione previsti dal decreto 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 Oristano. Tale documento, a sua volta, costituisce la base su cui i documenti di dettaglio di programmazione economico-finanziaria sono costituiti.

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

7.3 Azioni per il miglioramento del Ciclo di gestione delle performance

I tempi con i quali è stato avviato il Ciclo di gestione delle performance hanno reso necessaria una azione di ricostruzione degli obiettivi strategici e operativi a partire dalla documentazione già prodotta nel processo di programmazione.

In relazione al prossimo ciclo di programmazione (fine 2011 in funzione dell'anno 2012), la Camera di Commercio di Oristano si propone di rivedere il processo di produzione del Piano delle Performance in modo da renderlo contestuale al ciclo di programmazione. In questo modo gli obiettivi strategici discenderanno direttamente dal Piano Pluriennale mentre gli obiettivi operativi e quelli dei dirigenti e dei responsabili di unità organizzativa in posizione di autonomia e responsabilità dal Budget Direzionale.

Per conseguire questo obiettivo, la Camera di Commercio di Oristano nel corso del 2011 ha in animo di:

- Armonizzare il sistema di Valutazione del Personale ai requisiti del Dlgs 150/09;
- Armonizzare il sistema ed il processo di Pianificazione e Programma economico-finanziario dell'Ente con i principi e le disposizioni contenute nel Dlgs 150/09.

Attraverso questo percorso, la Camera di Commercio di Oristano si propone di ricostituire la integrazione tra i diversi sistemi gestionali e con il Dlgs 150/09, in modo da minimizzare l'impegno per la produzione dei relativi documenti di reporting.

