



CCIAA ORISTANO

Piano della Performance

**Periodo di
programmazione
2012-2014**

Indice

1 - Presentazione del Piano	2
2 - Sintesi delle informazioni di interesse per i cittadini	3
2.1 - Chi siamo	3
2.2 - Cosa facciamo	3
2.3 - Come operiamo	3
3 - Identità	4
3.1 - Il Mandato istituzionale : la Missione e la Visione	4
3.2 - Albero della performance	6
4 - Analisi del contesto	9
4.1 - Analisi del contesto esterno	9
4.1.1 - La demografia d'impresa	9
4.1.2 - Relazioni istituzionali e partecipazioni Camerali	11
4.2 - Analisi del contesto interno	13
4.2.1 - Le risorse umane	13
4.2.2 - Le risorse finanziarie	15
5 - Obiettivi strategici	16
A.S. 1 - Pubblica amministrazione per le imprese	17
A.S. 2 - Territorio e Sviluppo locale	24
A.S. 3 - Regolazione del Mercato	41
A.S. 4 - Trasparenza, Dialogo, Comunicazione	44
6 - Dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi	46
7 - Il processo seguito e le azioni di miglioramento del Ciclo di gestione delle performance	59
7.1 - Fasi, soggetti e tempi del processo di redazione del Piano	59
7.2 - Coerenza con la programmazione economico-finanziaria e di bilancio	59
7.3 - Azioni per il miglioramento del Ciclo di gestione delle performance	59
8 - Allegati tecnici	
Piano Pluriennale 2012-2016	
Relazione Previsionale Programmatica 2012	
Bilancio Previsionale 2012	
Budget direzionale 2012	



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 ultimi dieci anni, in un quadro normativo coerente per tutto il sistema-paese.

Il Piano della Performance 2012-2014 supera la fase transitoria che ha caratterizzato la predisposizione del Piano 2011-2013, effettuata successivamente all'approvazione del Piano Pluriennale, della Relazione Previsionale e Programmatica 2011, del Preventivo Economico 2011 e del Budget Direzionale 2011. Il Piano 2012-2014 è stato invece costruito contestualmente ai documenti di programmazione pluriennale 2012-2016 e annuale 2012, con i quali condivide l'analisi del contesto, gli obiettivi strategici e gli obiettivi operativi.

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 dell'ente.

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 in delega dalla Regione).



3. Identità

3.1 Il mandato istituzionale

La Camera di Commercio di Oristano, secondo quanto stabilito dagli articoli 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

MISSIONE
ORGANI ISTITUZIONALI

**AREA STRATEGICA 1
PUBBLICA
AMMINISTRAZIONE PER LE
IMPRESSE**

⇒ OBIETTIVO STRATEGICO
**1.1.E-Governement:
semplificazione e accessibilità dei
servizi alle imprese**

1.1.1. Miglioramento della qualità dell'informazione degli archivi camerale, semplificazione e riduzione dei tempi dell'azione amministrativa.

1.1.2. Potenziamento delle attività del CRM.

1.1.3. Diffusione dell'uso della posta elettronica certificata.

1.1.4. Qualità dei servizi erogati e dei rapporti con l'utenza

⇒ OBIETTIVO STRATEGICO
**1.2. Modernizzazione
dell'organizzazione interna**

1.2.1. Procedimenti amministrativi, orientamento all'utenza, assistenza e consulenza

1.2.2. Ciclo delle Performance

1.2.3. Benessere organizzativo

1.2.4. Revisione del sistema premiante.

⇒ OBIETTIVO STRATEGICO
**1.3. Miglioramento dell'efficienza
amministrativa e degli Standard
Qualitativi dei Servizi di Supporto.**

1.3.1. Servizi contabili e diritto annuale

1.3.2. Provveditorato ed Economato

1.3.3. Gestione delle Risorse Umane

1.3.4. Staff (Segreteria,

**AREA STRETEGICA 2
TERRITORIO E SVILUPPO LOCALE**

⇒ OBIETTVO STRATEGICO
2.1. Informazione Economica

2.1.1. Attività di studio e divulgazione delle informazioni relative all'economia provinciale e alle opportunità di crescita per le imprese

2.1.2. Newsletter

2.1.3. Premio tesi di laurea

⇒ OBIETTIVO STRATEGICO
2.2. Diffusione della cultura d'Impresa

2.2.1. Attività formativa: ciclo seminari

2.2.2. Sportello Impresa

2.2.3. Premio Impresa

2.2.4. Sostegno all'occupazione, incentivi e contributi per finanziare l'occupazione e la formazione (Accordo di Programma MISE/Unioncamere 2010)

2.2.5. Promozione della cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie, e potenziamento nei settori tecnico scientifici (Iniziativa di sistema)

2.2.6. Gren economy, blue economy e sviluppo sostenibile

2.2.7. Reti d'Impresa

⇒ OBIETTIVO STRATEGICO
**2.3. Apertura dell'economia locale ai
mercati esteri**

2.3.1. Sprint

2.3.2. Partecipazione a Fiere e ad altre iniziative del sistema camerale

2.3.3. Contributi per partecipazione a Fiere

2.3.4. Internazionalizzazione delle PMI,

**AREA STRATEGICA 3
REGOLAZIONE DEL MERCATO**

⇒ OBIETTVO STRATEGICO
**3.1. Potenziamento dei servizi di
Regolazione del Mercato**

3.1.1. Incremento dei servizi di Regolazione del mercato

3.1.2. Metrologia legale – Banca dati Eureka

3.1.3. Progetto S.VI.M. – Sicurezza, Vigilanza, Mercato.

3.1.4. Avvio attività sportello di mediazione civile. Gestione informatica dell'attività

3.1.5. Attività formativa e informativa sui Contratti – Tipo e sul loro utilizzo

3.1.6. Osservatorio sui prezzi

3.1.7. Organismo di controllo dei vini DOC e IGT.

**AREA STRATEGICA 4
TRASPARENZA, DIALOGO,
ECOMUNICAZIONE**

⇒ OBIETTVO STRATEGICO
**4.1. Rafforzamento della
Trasparenza attraverso la
redazione del Programma
Triennale**

4.1.1. Programma Triennale per la Trasparenza e l'Integrità

⇒ OBIETTVO STRATEGICO
**4.2. Miglioramento della qualità
del sito camerale.**

4.2.1. Miglioramento della comunicazione esterna attraverso una migliore gestione del sito internet



3.2 Albero della performance

MISSIONE
ORGANI ISTITUZIONALI

AREA STRATEGICA 1
PUBBLICA
AMMINISTRAZIONE PER LE
IAADDECC

AREA STRETEGICA 2
TERRITORIO E SVILUPPO LOCALE

AREA STRATEGICA 3
REGOLAZIONE DEL MERCATO

AREA STRATEGICA 4
TRASPARENZA, DIALOGO E
COMIICAZIONE

2.3.5. INNONAUTICS

⇒ OBIETTIVO STRATEGICO

2.4. Valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali e rafforzamento della capacità di offerta turistica.

2.4.1. Iniziative promozionali con la Camera di Commercio di Nuoro

2.4.2. Mediterranea

2.4.3. Le Isole del Gusto

2.4.4. Premio Montiferru–Concorso Internazionale per l'olio extravergine di oliva

2.4.5. SardegnaCavalli

2.4.6. Sostegno ad iniziative di settore

2.4.7. Politiche della qualità: Certificazione Ospitalità Italiana

2.4.8. Qualità del Made in Italy: azioni promozionali e formazione operatori (FdP 2009-2010)

2.4.9. Dieta Mediterranea: azioni di valorizzazione delle produzioni agroalimentari ed enogastronomiche tipiche italiane

⇒ OBIETTIVO STRATEGICO

2.5. Incremento strutturale e funzionale degli uffici e degli spazi camerali per le Imprese.

2.5.1. Centro Servizi per le Imprese e nuova sede camerale

2.5.2. Fruibilità dei servizi nelle attuali sedi camerali

2.5.3. Adeguamento delle dotazioni strumentali



**Camera di Commercio
Oristano**



4. Analisi del contesto

Per un'analisi completa si rinvia al Programma pluriennale 2012-2016 ed alla Relazione Previsionale e Programmatica 2012, approvati dal Consiglio Camerale il 6.12.2011, con deliberazioni n. 22 e 23, 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 della demografia d'impresa nella provincia di Oristano nell'ultimo quinquennio evidenzia che il numero totale delle imprese registrate sia diminuito di ben 1.208 unità dal 2004 al 30/9/2011. Si osserva come nel corso del tempo siano diminuite costantemente il numero totale di iscrizioni di nuove imprese ma sia invece cresciuto quello delle cancellazioni, con conseguente inversione del segno del saldo, passando da un numero positivo a negativo nel 2006.

Gli anni 2008 e 2009 presentano i dati più negativi, ma questi andrebbero depurati dalle cancellazioni per le imprese non più operative avviate d'ufficio dal Registro delle Imprese. Questa attività iniziata nel 2007 ha comportato l'avvio di oltre 1.000 procedimenti di cancellazione d'ufficio, non tutti però hanno trovato un esito immediato in quanto la cancellazione viene disposta soltanto a seguito di provvedimento emanato dal Tribunale, è plausibile perciò ipotizzare che l'attività portata avanti dal registro delle imprese continui ad esplicare gli effetti anche negli anni successivi. In quota percentuale le cancellazioni d'ufficio incidono per circa il 30% sul totale delle cancellazioni.

DEMOGRAFIA DI IMPRESA 2005-2011 (3° Trim.)

Anno	Registrate	Attive	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo	Tasso Natalita'	Tasso Mortalita'	Tasso Crescita
2004	16.262	14.665	976	917	59			
2005	16.309	14.659	868	833	35	5,92%	5,68%	0,22%
2006	16.220	14.610	1.002	1.094	-92	6,84%	7,46%	-0,56%
2007	16.068	14.528	837	984	-147	5,73%	6,74%	-0,91%
2008	15.583	14.285	777	1.260	-483	5,35%	8,67%	-3,01%
2009	15.179	13.848	705	1.117	-412	4,94%	7,82%	-2,64%
2010	15.071	13.788	520	629	-109	3,76%	4,54%	-0,72%
1 Trim. 2011	15.022	13.656	265	414	-149	1,92%	3,00%	-0,99%
2 Trim. 2011	15.008	13.657	192	208	-16	1,41%	1,52%	-0,11%
3 Trim. 2011	15.054	13.702	150	107	43	1,10%	0,78%	0,29%

Elaborazione Ufficio Studi CCIAA Or su Dati StockView



La tabella sotto riportata, mostra la suddivisione delle imprese attive, registrate, iscritte e cancellate per settore produttivo (Classificazione Ateco 2007) al 30/09/2011.

Valutando l'incidenza percentuale del singolo settore sul totale delle imprese attive, si osserva che il settore agricolo detiene circa il 36% del totale delle imprese attive nella provincia, seguito dal settore Commercio (24,17%), Costruzioni (12,84%) e Attività Manifatturiere (7,04%).

Tra i servizi, le attività di alloggio e ristorazione detengono la percentuale più alta (6,25%).

A settembre 2011 il settore Commercio presenta una situazione peggiore (con un saldo tra iscrizioni e cessazioni pari a -9) rispetto al settore agricolo (-1) e alle attività manifatturiere (-3).

Tra i settori con saldo positivo, quindi in ripresa al terzo trimestre 2011, troviamo al primo posto il settore Alberghi e ristoranti con un saldo attivo pari a 8, seguono il settore delle Costruzioni e il settore Noleggio e Attività di viaggio.

Demografia d'impresa per settore al 30/09/2011

Macro- settori	Settore	Registrate	Attive	Incidenza %attive sul tot.	Iscrizioni	Cessazioni	Cessazioni non d'ufficio	Saldo
Settore Primario	A Agricoltura, silvicoltura pesca	4944	4914	35,86%	18	19	17	-1
	B Estrazione di minerali da cave e miniere	19	17	0,12%	0	0	0	0
Industria	C Attività manifatturiere	1063	965	7,04%	2	5	4	-3
Costruzioni	F Costruzioni	1856	1759	12,84%	26	24	23	2
Commercio	G Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autovetture	3490	3312	24,17%	18	27	27	-9
Trasporto	H Trasporto e magazzinaggio	397	370	2,70%	3	2	2	1
Alberghi e ristoranti	I Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	935	857	6,25%	14	6	6	8
Servizi	D Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	3	2	0,01%	0	0	0	0
	E Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione	23	21	0,15%	0	2	2	-2
	J Servizi di informazione e comunicazione	184	175	1,28%	3	4	1	-1
	K Attività finanziarie e assicurative	142	141	1,03%	0	5	5	-5
	L Attività immobiliari	84	81	0,59%	1	0	0	1
	M Attività professionali, scientifiche e tecniche	210	191	1,39%	1	3	3	-2
	N Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese	245	234	1,71%	2	2	2	0
	P Istruzione	43	41	0,30%	0	0	0	0
	Q Sanità e assistenza sociale	81	71	0,52%	1	2	2	-1
	R Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e diversi	117	105	0,77%	2	0	0	2
S Altre attività di servizi	441	437	3,19%	8	4	4	4	
	X Imprese non classificate	777	9	0,07%	51	5	4	46
Totale		15054	13702	100,00%	192	110	154	82

Elaborazione Ufficio Studi CCIAA Or su Dati StockView

La tabella che segue mostra un quadro delle partecipazioni camerali come risultanti nel bilancio di esercizio 2010, approvato dalla Consiglio Camerale (Deliberazione n. 8 del 17.6.2011) sulla base degli ultimi bilanci approvati dalle società partecipate. Non sono indicate le partecipazioni in DINTEC Scarl, e BMTI Scarl, acquisite nel corso del 2011.

PARTECIPAZIONI COLLEGATE							
Ragione sociale	Forma giuridica	Settore Intervento	Valore Nominale	N. Azioni o Quote	Capitale sottoscritto	% Quote possed.	Tipo Partecipazione Conto di Bilancio
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
SoGeAOr	Spa	Infrastrutture aeroportuali	€ 5,16	61.635	€ 318.036,60	8,17	P. Azionaria
S.I.L. Patto Territoriale	Società consortile a responsabilità limitata	Promozione e sviluppo locale		1	€ 39.234,15	16,10	P. di capitale
Banca di Sassari	Spa	Bancario	€ 1,03	7.092	€ 7.304,76	0,0122	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	0,09569	P. Azionaria
Tecno Holding	Spa	Servizio di elaborazione, gestione dati per le Camere di Commercio	€ 0,01	5.571	€ 65.914,09	0,3296	P. Azionaria
ISNART (Istituto Nazionale Ricerche Turismo)	Società consortile per azioni	Servizi di studio, ricerca, promozione nel settore del turismo	€ 1,00	3.342	€ 3.342,00	0,344	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
Job Camere	Srl	Attività di supporto per il perseguimento delle finalità istituzionali relative al mondo del lavoro		1	€ 897,00	0,1495	P. di capitale
Ic Outsourcing	Società consortile a responsabilità limitata	Esternalizzazione di servizi per le Camere di Commercio		1	€ 556,14	0,1495	P. di capitale
GAL Terre Shardana	Società consortile a responsabilità limitata	Promozione dello sviluppo dell'economia dei territori localizzati nell'alto oristanese		1	€ 1.000,00	0,6583	Adesione
GAL Marmilla	Società consortile a responsabilità limitata	Promozione dello sviluppo economico rurale nei territori storici della Marmilla, Sarcidano e Arci-Grighine		1	€ 1.000,00	0,5382	Adesione
Consorzio Uno	Consorzio	Promozione studi Universitari		1	€ 516,46	10	Adesione



4.2 Analisi del contesto interno

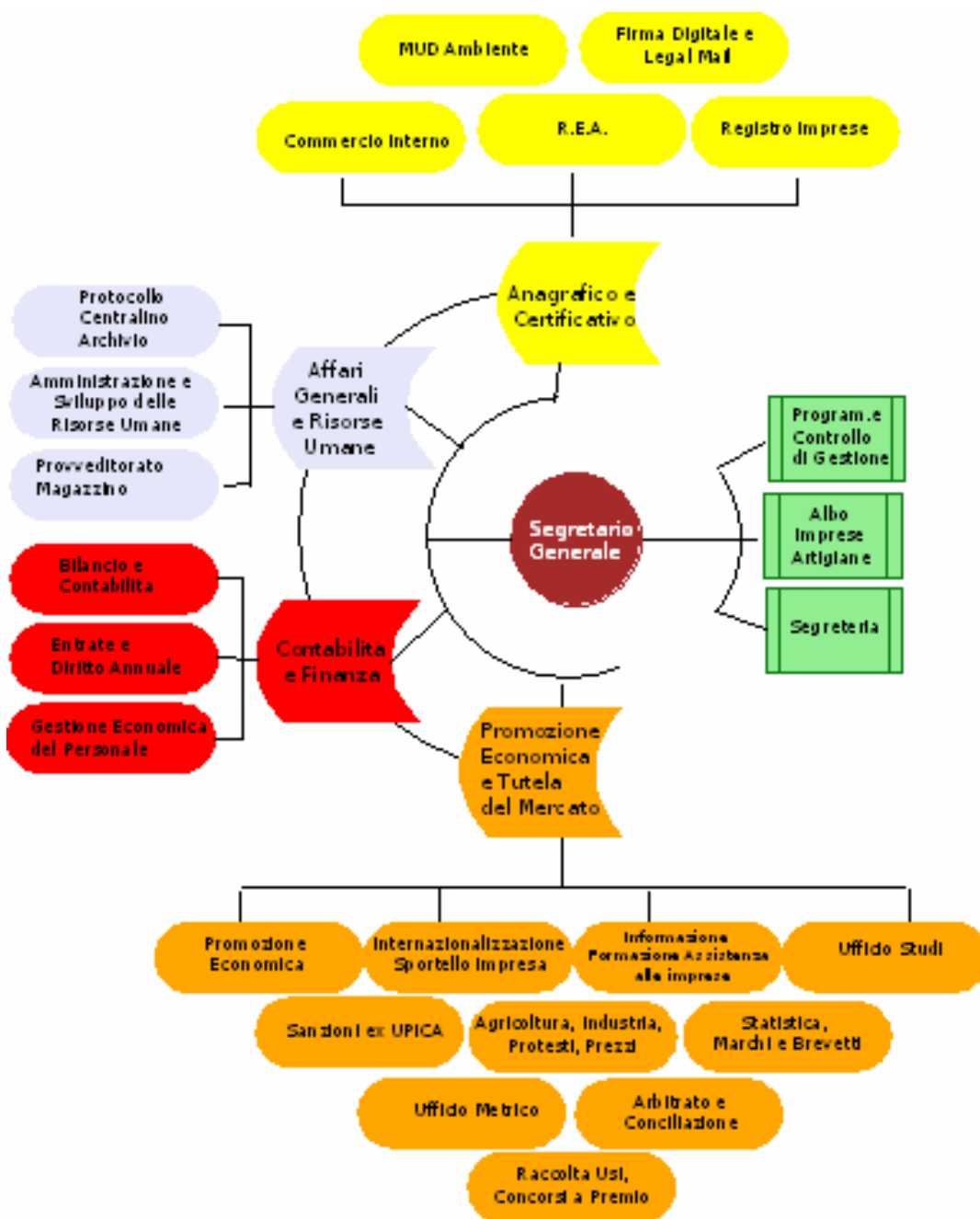
La Camera di Commercio di Oristano opera su quattro sedi; tre in via Carducci: la sede Centrale, la sede decentrata (residenza del servizio Anagrafico e Certificativo) e l'Albo Imprese Artigiane site; mentre in via Bonn sono ubicati l'ufficio metrico ed il Magazzino.

In località Zinnigas, all'interno della zona Commerciale del Comune di Santa Giusta, la Camera è proprietaria di un'area utilizzata per eventi promozionali ed altre manifestazioni di interesse per il territorio. E' stata conclusa la 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; si attende il rilascio del permesso a costruire per l'avvio della gara d'appalto dei lavori.

4.2.1 - Le risorse umane

La vigente organizzazione dei servizi camerali è stata definita nel corso del 2007 in funzione di una maggiore coerenza con le previsioni normative, con gli obiettivi strategici e la programmazione pluriennale dell'Ente, per favorire il miglioramento della funzionalità della struttura e assicurare 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 vigente dotazione organica, approvata con deliberazione della Giunta Camerale n. 19 del 21 aprile 2009, prevede n. 36 posti, di cui, al momento, 29 risultano coperti e 7 vacanti. L'età media del personale camerale è di anni 52,62.

SITUAZIONE DEL PERSONALE AL 31 OTTOBRE 2011						ETA'			
	DOTAZIONE ORGANICA	VACANTI	IN SERVIZIO	M	F	< 30	31/40	41/50	> 50
D3	2	1	1		1				1
D1	12	6	5	2	3			1	4
C	17	0	18	7	11		2	2	14
B3	1	0	1	1				1	
B1	3	0	3	3				1	2
A	1	0	1	1					1
TOTALI	36	7	29	14	15		2	5	22

La dotazione di personale è così composta:

Segretario Generale: Enrico Massidda

Servizi

➤ *Affari Generali e risorse umane*

Enrico Massidda (Responsabile ad interim)

Giglio M.Gonaria

Orrù Giuseppe

Pinna Antonello

Solinas M.Carmela

Pili Silvia

➤ *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

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

4.2.3 - Le risorse finanziarie

Si rinvia interamente al Programma pluriennale 2012-2016 ed alla Relazione Previsionale e Programmatica 2012.

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 § 3.2

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>

<p>Obiettivo strategico 1.1 - "E Government: semplificazione e accessibilità dei Servizi alle imprese"</p> <p>Attraverso questa linea strategica si vuole garantire l'efficienza esterna dell'azione amministrativa, dando piena attuazione alle novità normative in tema d'innovazione tecnologica, ricorrendo all'adeguamento informatico e delle competenze professionali; tale efficienza esterna può essere incrementata mediante il potenziamento nell'uso degli strumenti di telematizzazione dei servizi per l'utenza per un'effettiva semplificazione degli adempimenti burocratici delle imprese.</p> <p>Attraverso lo svolgimento delle attività previste per il raggiungimento di questo obiettivo si attende inoltre un sostanziale miglioramento nella cura delle relazioni con i propri interlocutori di riferimento e nella qualità dell'informazione detenuta dall'Anagrafe Camerale.</p>
<p>1.1 - "E Government: semplificazione e accessibilità dei Servizi alle imprese"</p> <p>1.1.1 Miglioramento della qualità dell'informazione degli archivi camerali, semplificazione e riduzione dei tempi dell'azione amministrativa</p> <p>Potenziamento del servizio all'utenza in termini di riduzione dei tempi di attesa e di istruzione pratiche. Realizzazione attività formativa per gli interlocutori del Registro Imprese e Albo Imprese Artigiane. 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</p>



maggiormente attendibile anche l'informazione riferita al diritto annuale, principale fonte di entrata dell'Ente.

RISULTATI ATTESI:

- Incremento nell'utilizzazione degli strumenti di consultazione e trasmissione telematica del Registro delle Imprese (Comunica, Telemaco, Starweb, Firma digitale, PEC)
- Incremento qualità pratiche telematiche
- Allineamento dei tempi di evasione delle pratiche con quelli medi a livello nazionale (rilevate dal cruscotto Registro Imprese)
- Riduzione tempi di evasione pratiche anche non telematiche
- Miglioramento della qualità dell'informazione contenute nell'Anagrafe Camerale

INDICATORI DI PERFORMANCE

- Tempi medi di evasione pratiche (2012 - 14) < tempi medi di evasione pratiche (2009-11)
- Numero pratiche cancellazione d'ufficio avviate
- Indice di Customer Satisfaction (2012-14) = livello di buona soddisfazione
- Percentuale di pratiche del registro Imprese evase entro i 5gg superiore al 76%
- Mantenimento tasso di riscossione del diritto annuale nella media nazionale

1.1 - "E Government: semplificazione e accessibilità dei Servizi alle imprese"

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.

La progressiva registrazione dei contatti avvenuti nel tempo permette 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
- Estensione progressiva del CRM a tutti i rapporti che intercorrono tra la CCIAA e l'esterno

INDICATORI DI PERFORMANCE

Incremento del numero di contatti inseriti nella banca dati del CRM (Customer Relationship Management)
Campagne promozionali avviate attraverso CIAO Impresa 2012-2014 > Campagne promozionali avviate attraverso CIAO Impresa 2009 - 2011

1.1 - "E Government: semplificazione e accessibilità dei Servizi alle imprese"

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.

RISULTATI ATTESI

- 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.
- Incremento dell'utilizzo della Posta elettronica certificata da parte degli uffici camerali.

INDICATORI DI PERFORMANCE

N. di caselle di posta elettronica attivate presso gli uffici camerali 2012-2014 > N. di caselle di posta elettronica attivate presso gli uffici camerali 2009-2011
N. di istanze pervenute via posta elettronica certificata 2012-2014 > N. di istanze pervenute via posta elettronica certificata 2009-2011

1.1 - "E Government: semplificazione e accessibilità dei Servizi alle imprese"

1.1.4 Qualità dei servizi erogati e dei rapporti con l'utenza

Miglioramento della qualità dei servizi e delle modalità di erogazione, da realizzare anche attraverso la rilevazione dei bisogni della collettività cui la Camera si rivolge. Avvio delle necessarie 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 camerali per migliorare il livello delle prestazioni rese attraverso il recupero di inefficienza.

RISULTATI ATTESI

- Introduzione di un sistema stabile di rilevazione della soddisfazione dell'utenza
- Adozione di moderni sistemi di misurazione dei risultati raggiunti in relazione alle attività compiute e degli impatti che queste hanno avuto sulla comunità di riferimento (Gestione Customer Satisfaction)
- Somministrazione questionari customer satisfaction agli utenti dei diversi servizi camerali
- Incremento tempi di apertura al pubblico degli sportelli camerali
- Formazione del personale per l'orientamento all'utenza

INDICATORI DI PERFORMANCE

Rilevazione Customer satisfaction mediante interviste telefoniche
Elaborazione questionario di customer satisfaction
N. ore settimanali di apertura al pubblico dei servizi a sportello (2012-2014 > 2009-2011)
N. partecipanti ad attività formativa per l'orientamento all'utenza > 50% del personale

Obiettivo strategico 1.2 "Modernizzazione dell'organizzazione interna"

L'obiettivo strategico è direttamente collegato all'obiettivo 1.1, in quanto per favorire il miglioramento dell'applicazione del processo di informatizzazione avviato nell'ambito dell'obiettivo e-governement si rende necessario orientare l'attività complessivamente considerata al miglioramento continuo dell'organizzazione camerale. Si intende diffondere la cultura e l'orientamento al miglioramento continuo, facendo in modo che l'organizzazione camerale sia in grado di affrontare le sfide provenienti dall'ambiente esterno, che richiedono una maggior capacità d'iniziativa, di decisione e di problem solving, attraverso l'implementazione di soluzioni organizzative, procedurali e gestionali innovative e



maggiormente efficaci ed efficienti. Ad esse dovranno essere collegati un sistema di valutazione ed un sistema premiante che riconosca e incentivi il merito e i risultati positivi.

1.2 "Modernizzazione dell'organizzazione interna"

1.2.1 Procedimenti amministrativi, orientamento all'utenza, assistenza e consulenza

Definizione dei procedimenti amministrativi e loro gestione, con individuazione dei relativi responsabili, sia per fornire una adeguata informazione all'utenza, sia per una precisa ripartizione delle competenze tra i responsabili dei diversi procedimenti. La definizione aggiornata dei procedimenti e dei relativi responsabili renderà inoltre possibile una gestione delle assenze che possa assicurare la copertura dei servizi al pubblico e dei relativi procedimenti.

RISULTATI ATTESI

- Regolamento sulla Gestione dei procedimenti amministrativi (interni ed esterni) e nuova attribuzione delle relative responsabilità
- Accrescimento delle competenze professionali accompagnato da un miglioramento dell'ambiente e delle relazioni di lavoro
- Gestione delle assenze e copertura dei servizi

INDICATORI DI PERFORMANCE

Predisposizione Regolamento sulla Gestione dei procedimenti amministrativi entro 31.10.2012

1.2 "Modernizzazione dell'organizzazione interna"

1.2.2 Ciclo delle Performance

Acquisire un modello organizzativo e gestionale funzionale al fine di garantire la corretta applicazione dei principi contenuti nelle ultime disposizioni legislative riferita alla misurazione delle performance garantendo altresì l'ordinaria attività di controllo e monitoraggio delle attività in corso e il supporto all'organo di valutazione per le attività riferite alla misurazione del grado di raggiungimento degli obiettivi strategici e operativi.

RISULTATI ATTESI:

- Gestione del Ciclo delle performance nel rispetto delle disposizioni normative e organizzative
- Introduzione di un nuovo software per la Gestione del Ciclo delle performance

INDICATORI DI PERFORMANCE

- Entrata a regime del Ciclo delle Performance entro l'anno 2012
- Utilizzo software per la Gestione del Ciclo delle Performance entro l'anno 2012

1.2 "Modernizzazione dell'organizzazione interna"

1.2.3 Benessere organizzativo

Per favorire 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:

- Misurazione del benessere organizzativo

INDICATORI DI PERFORMANCE

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



30.06.2012

- Rendicontazione dei risultati rilevati attraverso l'analisi degli esiti emersi dai questionari somministrati entro il 31.12.2012.

1.2 "Modernizzazione dell'organizzazione interna"

1.2.4 Revisione del sistema premiante

Nel nuovo quadro delineato dal Ciclo della Performance diviene prioritario sostenere la motivazione del personale dipendente mediante un sistema premiante che incentivi il merito e il conseguimento dei risultati. Il sistema premiante deve essere inteso come un sistema di incentivi, non esclusivamente monetari, pensato con la precisa finalità di favorire e incentivare i comportamenti positivi e scoraggiare i comportamenti negativi.

RISULTATI ATTESI:

- Adozione del nuovo sistema premiante collegato al Ciclo delle performance

INDICATORI DI PERFORMANCE

Elaborazione schema nuovo sistema premiante entro 30.09.2012

Obiettivo strategico 1.3 " Miglioramento dell'efficienza amministrativa e degli Standard Qualitativi dei Servizi di Supporto"

Oltre alla funzioni rivolte direttamente all'utenza esterna, alcune funzioni hanno una rilevanza soltanto interna, fungendo da supporto alle funzioni esterne dell'ente. La maggior parte delle attività svolte dai servizi di supporto non si configurano in termini progettuali ma piuttosto come attività processuali rientranti nella ordinarietà quotidiana. Alcune delle funzioni di supporto hanno tuttavia anche una rilevante interazione con soggetti esterni; tra queste la gestione delle entrate e in particolare del diritto annuale, il provveditorato e l'economato, la segreteria.

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

1.3.1 Servizi Contabili e Diritto Annuale

Attività sia interna che di servizio al pubblico. Nella gestione complessiva dei servizi contabili, l'obiettivo principale è il consolidamento del livello qualitativo raggiunto, con un ulteriore avanzamento dell'integrazione con il provveditorato, l'economato e gli uffici che gestiscono attività di natura commerciale, soggette ad IVA.

Nella gestione del diritto annuale si prevede l'adozione di iniziative di sensibilizzazione e supporto diretto all'utenza attraverso un indirizzo mail al quale potranno essere rivolti quesiti e richieste informazioni specifiche. E' prevista inoltre l'introduzione di elementi di semplificazione e di maggiore equità nell'applicazione delle sanzioni per ritardato e/o incompleto pagamento.

RISULTATI ATTESI:

- Consolidamento del livello qualitativo raggiunto
- Incremento integrazione con provveditorato, economato e uffici che gestiscono attività di natura commerciale,
- Apertura sportello telematico con indirizzo mail dedicato al diritto annuale
- Supporto personalizzato all'utenza in materia di diritto annuale
- Revisione del sistema di calcolo delle sanzioni per ritardato e/o incompleto pagamento

INDICATORI DI PERFORMANCE

- Emissione mandati di pagamento forniture entro 7 giorni da provvedimenti liquidazione
- 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 ed Economato

Si prospetta una razionalizzazione di tutta l'attività di acquisizione di beni e servizi, di gestione degli immobili e delle attrezzature di proprietà dell'ente, anche attraverso la revisione dei regolamenti esistenti e/o l'approvazione di nuovi. Organizzazione del sistema di richiesta e di consegna di materiale di consumo agli uffici.

Riduzione dei tempi di collaudo delle forniture e di istruttoria dei provvedimenti di liquidazione e pagamento.

RISULTATI ATTESI:

- Programmazione annuale delle acquisizioni di beni e servizi
- Proposta di revisione o di approvazione di nuovi Regolamenti per la gestione degli immobili e delle attrezzature
- Calendarizzazione e standardizzazione delle richieste e consegne di materiali di consumo
- Riduzione dei tempi di pagamento dei fornitori (Max 30 giorni)

INDICATORI DI PERFORMANCE

- Predisposizione bozza programmazione acquisti e direttiva procedure per acquisti collaudi e pagamenti entro 30.06.2012
- collaudo forniture entro 7 giorni dal ricevimento fattura (75% fatture pervenute)
- Provvedimenti liquidazione entro 15 giorni da collaudo forniture.
- Percentuale pagamenti entro 30 giorni ricevimento fattura > 90% delle fatture pervenute

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

1.3.3 Gestione delle Risorse Umane

Gestione del personale nel rispetto delle norme e dei contratti di lavoro. Adempimenti connessi all'attuazione del Piano di fabbisogno del personale e corretta gestione delle relazioni sindacali. In conseguenza dell'entrata a regime del Ciclo della Performance (1.2.2) e in concorrenza con la revisione dei procedimenti amministrativi (1.2.1), si rende necessario rivedere completamente il sistema premiante (1.2.4) e l'attribuzione del salario accessorio.

RISULTATI ATTESI:

- Rispetto prescrizioni e termini in materia di gestione giuridica del personale
- Gestione procedure di reclutamento
- Predisposizione di un nuovo sistema premiante collegato al Ciclo delle performance e nuovo schema di attribuzione del salario accessorio
- Correttezza delle relazioni sindacali

INDICATORI DI PERFORMANCE

Elaborazione schema nuovo sistema premiante entro 30.09.2012
Sperimentazione gestione ferie e permessi mediante comunicazione digitale

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

1.3.4 Staff (Segreteria, programmazione e controllo di gestione)

Gli uffici di staff, e in particolare la Segreteria, costituiscono il punto di riferimento e di collegamento per tutti i servizi ed uffici dell'ente ed insieme l'interfaccia con l'esterno nell'ambito delle relazioni istituzionali della Camera. Attività di gestione ordinaria e organizzativa. E' pertanto necessario assicurare un



potenziamento della struttura, se non in termini numerici, almeno sotto il profilo organizzativo, con l'introduzione di una figura titolare della responsabilità complessiva degli uffici di staff.

RISULTATI ATTESI:

- Riorganizzazione degli uffici di staff quale struttura unitaria e attribuzione della relativa responsabilità
- Consolidamento del livello qualitativo raggiunto

INDICATORI DI PERFORMANCE

- Copertura servizi e supporto organi istituzionali
- Organizzazione agenda mensile con aggiornamento settimanale (Sperimentazione entro 30.06.2012)



Area Strategica	2- Territorio e Sviluppo Locale
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 "

Valorizzazione del patrimonio di dati, informazioni e conoscenze in possesso della Camera di Commercio attraverso l'elaborazione, la realizzazione di analisi, la pubblicazione e successiva divulgazione esterna. Per poter comprendere al meglio l'evoluzione degli scenari economici in un momento caratterizzato da elevata incertezza saranno rafforzate le attività di rilevazione ed elaborazione dei dati riferiti alle imprese, e dei principali indicatori di demografia a queste riferite. Considerato poi che la Camera di Commercio rappresenta nel territorio provinciale un punto di riferimento per quanto riguarda l'informazione statistico economica, soprattutto attraverso l'appuntamento annuale della Giornata dell'Economia, si procederà ad un livello di elaborazione tale da consentire la **massima valorizzazione dei dati** resi disponibili da Unioncamere, Infocamere ed altre società del sistema camerale, insieme a quelli elaborati direttamente dall'Ufficio studi della Camera. Si rileva infatti negli ultimi tempi un incremento della domanda di dati economici, utili e necessari soprattutto per le attività di programmazione territoriale svolta dagli enti pubblici locali.

Saranno pertanto **potenziate le attività di diffusione dei dati** attraverso l'utilizzo delle strumentazioni **Web e CRM**, con l'obiettivo di raggiungere un'utenza sempre più ampia.

2.1 "Informazione Economica "

2.1.1 Attività di studio e divulgazione delle informazioni relative all'economia provinciale e alle opportunità di crescita per le imprese

Implementazione di un sistema di rilevazione, elaborazione e pubblicazione dei dati economici e statistici a disposizione della Camera, a partire dalle informazioni presenti nel Registro delle Imprese sull'andamento demografico delle imprese della provincia.

In particolare si prevede la realizzazione delle seguenti attività:



- **Giornata dell'Economia:** supporto all'organizzazione della giornata dell'economia e raccolta dati necessari all'elaborazione del rapporto. Elaborazione dati affidata all'esterno.
- **Osservatorio Imprenditoria femminile:** Organizzazione e commento dei dati e informazioni di struttura relative all'imprenditoria femminile; presentazione del rapporto al Comitato IF e in specifici contesti dedicati all'impresa femminile;
- **Analisi Congiunturali:** rilevazioni congiunturali sui principali settori economici di riferimento: agricoltura, commercio, manifatturiere, edilizia e servizi (trimestralmente) e artigianato (semestrale). Analisi dei risultati e stesura dei relativi commenti.
- **Programma pluriennale e Relazione previsionale e programmatica** supporto agli organi di vertice dell'Ente nella elaborazione e redazione dei documenti programmatici dell'Ente attraverso l'analisi di dati provenienti da diverse fonti statistiche allo scopo di tracciare un rapporto sugli andamenti internazionali, nazionali e provinciali a livello pluriennale ed annuale

RISULTATI ATTESI:

- Report trimestrali sull'andamento dell'economia provinciale
- Report annuale sull'andamento dell'economia provinciale
- Report annuale sull'imprenditoria femminile
- Divulgazione delle analisi e dei report sull'andamento dell'economia provinciale
- Definizione della struttura e implementazione dati Relazione previsionale e programmatica 2013

INDICATORI DI PERFORMANCE

- N. di elaborazioni di dati e pubblicazioni annuali ≥ 4 (trimestrali)
- N. di elaborazione di dati riferiti all'imprenditoria femminile ≥ 2 (semestrali)
- N. di informazioni diffuse su richiesta specifica

2.1 "Informazione Economica "

2.1.2 Newsletter

Redazione e pubblicazione con cadenza periodica di una newsletter informativa da divulgare attraverso mail o a mezzo internet a tutti gli iscritti al CRM e a coloro che ne richiedono l'invio mediante iscrizione al CRM. L'informativa conterrà :

- analisi economiche di cui al punto precedente;
- il calendario delle iniziative della CCIAA riferite al periodo successivo all'uscita della newsletter;
- notizie che possono essere di interesse per le aziende (agevolazioni, bandi ecc.) di cui la Camera di Commercio è a conoscenza grazie alle possibilità di ricerca nelle banche dati di cui l'ente dispone.

RISULTATI ATTESI:

- Pubblicazione NEWSLETTER con frequenza almeno trimestrale

INDICATORI DI PERFORMANCE

- N. di newsletter pubblicate > 4
- N. di destinatari di newsletter



Obiettivo strategico 2.2 “Diffusione della cultura d’impresa”

La cultura d’impresa è l’insieme dei valori e delle norme adottati e riconosciuti dall’impresa. Diffondere la cultura d’impresa significa comunicare e valorizzare l’identità dell’impresa e i suoi valori, in un contesto che non riguarda un singolo soggetto (imprenditore o titolare d’impresa) ma tutte le risorse che a vario titolo operano nell’azienda. Si propone l’adozione di **politiche in grado di favorire la natalità imprenditoriale** e lo **sviluppo delle filiere produttive**.

Per favorire il consolidamento della struttura economica, la crescita e la trasformazione delle imprese, saranno promosse **iniziative di formazione e supporto consulenziale**. Le imprese saranno sostenute nello sviluppo di fattori di competitività attraverso l’incremento e il rafforzamento di competenze chiave per la crescita e l’innovazione, attraverso focus su temi specifici, dai processi di aggregazione alle reti di impresa, alle fasi critiche del ricambio generazionale, dalla ricerca all’innovazione tecnologica, dalla valorizzazione della qualità del prodotto alla compatibilità ambientale.

Sul fronte nuove imprese si agirà, anche in collaborazione con altri soggetti istituzionali, con azioni rivolte a promuovere la nascita motivata, attenta e consapevole, potenziando servizi e attività dedicati all’**autoimpiego** e alla **nuova imprenditorialità**.

L’orientamento al lavoro ed all’imprenditorialità sarà inoltre l’obiettivo principale delle iniziative rivolte agli studenti delle scuole superiori della provincia, in piena continuità con le iniziative svolte negli ultimi anni con risultati importanti.

2.2 “Diffusione della cultura d’impresa”

2.2.1. Attività Formativa: ciclo seminari

Verrà proposta una attività articolata di informazione e formazione, anche attraverso il coordinamento delle diverse iniziative progettuali che la Camera realizzerà nel corso dell’anno. Le attività formative saranno rivolte sia alle imprese già esistenti sia agli aspiranti imprenditori, partendo dalle competenze di base necessarie per l’avvio e la gestione di una attività imprenditoriale e interessando le tematiche della gestione economico-finanziaria, del marketing e degli adempimenti per una corretta gestione aziendale.

RISULTATI ATTESI:

- Rafforzamento delle competenze aziendali
- Diffusione della conoscenza di strumenti avanzati e innovativi per una migliore gestione aziendale

INDICATORI DI PERFORMANCE

N. di seminari realizzati

N. di partecipanti complessivi

N- medio di partecipanti

Gradimento dei seminari attraverso schede valutazione dei partecipanti

2.2 “Diffusione della cultura d’impresa”

2.2.2. Sportello Impresa

Lo sportello assicura le attività di assistenza informativa rivolta alle diverse categorie di soggetti portatori di interesse siano essi aspiranti imprenditori che imprenditrici e imprenditori. Tale attività viene svolta con l’ausilio di banche dati cui la Camera è abbonata e con il ricorso alla consulenza di Unioncamere e delle società del sistema camerale.

Lo sportello oltre ad occuparsi delle attività connesse alla diffusione della cultura d’impresa, anche attraverso la collaborazione su progetti condivisi con altri enti pubblici e/o privati, cura le attività dello sportello Europa all’interno della rete E.E.N. – Europe Enterprise Network.



RISULTATI ATTESI:

- Supporto all'impresa e incremento del numero dei contatti

INDICATORI DI PERFORMANCE

N. di accessi allo sportello

N. di risposte fornite

2.2 "Diffusione della cultura d'impresa"

2.2.3. Premio Impresa

In continuità con le iniziative avviate nel 2011, verranno premiate le migliori imprese della provincia di Oristano. Il "Premio Impresa", verrà attribuito attraverso un concorso che coinvolgerà le Associazioni di rappresentanza e che sarà articolato in 4 sezioni: impresa innovativa, impresa giovanile, impresa longeva, impresa femminile.

Su impulso del Comitato Imprenditoria Femminile sarà inoltre individuata l'Imprenditrice dell'anno. I vincitori saranno individuati sulla base di una griglia di valutazioni oggettive che saranno indicate nel bando di concorso e vagliate da una commissione tecnica appositamente costituita.

RISULTATI ATTESI:

- Rafforzamento del legame tra le Imprese e la Camera,
- Rafforzamento collaborazione tra Camera e Associazioni di rappresentanza
- Attribuzione "Premio Impresa 2011" e indizione premio 2012.

INDICATORI DI PERFORMANCE

N. di imprese partecipanti

N. di Associazioni di categoria coinvolte

2.2 "Diffusione della cultura d'impresa"

2.2.4. Sostegno all'occupazione, incentivi e contributi per finanziare l'occupazione e la formazione (Accordo di Programma MISE/Unioncamere 2010)

Attraverso questa iniziativa la Camera intende sostenere i livelli occupazionali e i percorsi di reinserimento lavorativo, nonché i processi di qualificazione, miglioramento e valorizzazione del capitale umano delle imprese. Si tratta, in particolare, di dar vita ad un sistema di incentivi e di interventi per l'occupazione e la formazione. L'obiettivo generale è quello di favorire lo sviluppo di nuove competenze e il loro inserimento in azienda, sostenendo lo sviluppo del sistema economico locale attraverso la valorizzazione del capitale umano. A tal fine la Camera utilizzerà le risorse assegnate al progetto dall'Accordo MISE/Unioncamere per interventi di formazione finalizzati all'assunzione nelle imprese di: tecnici laureati e diplomati in cerca di occupazione, lavoratori disoccupati e inoccupati appartenenti alle categorie a rischio di esclusione dal mercato del lavoro (donne over 35, uomini over 50, etc...), giovani in cerca di prima occupazione.

RISULTATI ATTESI:

- Formazione di competenze innovative a disposizione del sistema produttivo locale
- Recupero di valore di capitale umano a rischio di esclusione dal mercato del lavoro

INDICATORI DI PERFORMANCE

N. di ore di formazione

N. di seminari formativi

N. partecipanti alle attività formative

N. di Imprese coinvolte



2.2 "Diffusione della cultura d'impresa"

2.2.5. Promozione della cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie, e potenziamento nei settori tecnico scientifici (Iniziativa di sistema).

L'iniziativa è finalizzata a promuovere, sviluppare e coordinare le funzioni delle strutture camerale sui temi della formazione e della valorizzazione del capitale umano nei mercati del lavoro locali, nell'ambito delle nuove competenze relative alla "cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie, in materia di alternanza scuola-lavoro e per l'orientamento al lavoro e alle professioni", in attuazione dell'art. 2 del D.Lgs 23/2010. Le attività che la Camera prevede di realizzare sono suddivise in tre macro-azioni:

- *Analisi, studi e ricerche* per il monitoraggio sistematico sul contesto socioeconomico e i fabbisogni professionali e formativi delle imprese; promozione e sviluppo della presenza e del ruolo camerale nell'Istruzione Tecnica Superiore; sensibilizzazione, promozione e orientamento all'istruzione e alle professioni tecnico – scientifiche;
- *Programma di cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie per la promozione di stage ed esperienze formative in alternanza nei contesti internazionali e transnazionali.* Le attività previste all'interno di questa macroazione riguarderanno l'organizzazione, progettazione e definizione di modalità di gestione complessive degli interventi a livello territoriale; attività preliminari all'attuazione degli stage e percorsi in alternanza che comprenderanno la realizzazione di un Concorso denominato "Idee d'Impresa per il bene collettivo" (attività e servizi sociali, tecnologici o innovativi), rivolto agli studenti delle classi quarte e quinte delle scuole secondarie superiori della provincia di Oristano. I migliori lavori degli studenti verranno premiati con tirocini presso imprese, anche all'estero, o con buoni per l'acquisto di libri e materiale didattico.
- *Cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie per l'orientamento al lavoro e alle professioni.* Le attività da realizzare per questa macroazione prevedono l'organizzazione, la promozione e la realizzazione a livello territoriale dell'evento nazionale "La Giornata del Lavoro"; partecipazione e supporto alle attività di diffusione di nuovi strumenti e servizi editoriali e comunicativi per l'orientamento ideati, sviluppati e forniti a livello centralizzato.

RISULTATI ATTESI:

- Migliorare e rendere più stretto il collegamento tra i vari canali formativi e le esigenze delle imprese
- Maggiore raccordo tra formazione e lavoro, agevolando la circolazione di informazioni, la comunicazione e l'interazione tra le istituzioni operanti in ambito formativo e il mondo del lavoro

INDICATORI DI PERFORMANCE

- N. di Istituti che aderiscono al progetto e firmano il protocollo d'intesa
- N. di seminari per gli studenti
- N. di studenti partecipanti alle attività formative
- N. di Stage all'estero
- N. di Stage nel territorio provinciale

2.2 "Diffusione della cultura d'impresa"

2.2.6 Green economy, blue economy e sviluppo sostenibile

Negli ultimi anni le aziende hanno visto moltiplicarsi, in modo esponenziale gli obblighi in campo ambientale. L'adempimento di tali obblighi, il cui mancato rispetto può comportare conseguenze penali per le imprese, ha determinato problemi attuativi e costi di gestione elevati soprattutto per le Piccole e Medie Imprese. Tale situazione determina, peraltro, una nuova opportunità che le organizzazioni possono adottare per migliorare in modo sistematico i propri impatti ambientali ed energetici e programmare un miglioramento continuo delle proprie prestazioni integrando, eventualmente, più standard di riferimento.



Il progetto consiste nella realizzazione di un'iniziativa di ampio respiro che, traendo spunto dalla linea del Fondo di Perequazione 2009-2010, consenta poi di sviluppare una serie di azioni che permettano l'individuazione delle potenzialità e criticità del territorio; l'identificazione delle Imprese e delle filiere intersettoriali che potrebbero avviare percorsi di sostenibilità con maggiori possibilità di successo e, al contempo, informare, sensibilizzare e supportare le piccole imprese nel cogliere le opportunità legate ai grandi cambiamenti dello scenario economico verso modelli di sviluppo sostenibile, sempre nell'ottica di innalzare la competitività delle imprese, migliorando il contenuto innovativo e qualitativo dell'offerta. Verranno quindi svolte azioni per: supportare le imprese, specialmente le PMI, nell'adeguamento degli adempimenti previsti dalla normativa cogente; incentivare lo sviluppo di sistemi di gestione ambientale; facilitare l'accesso delle imprese alle informazioni ambientali ed energetiche; consolidare le competenze del personale camerale in materia ambientale; rafforzare il ruolo della Camera come soggetto di riferimento a livello territoriale, anche sulle tematiche inerenti la gestione ambientale (normativa, misure, incentivi e possibilità d'intervento in materia ambientale).

RISULTATI ATTESI:

- Raccolta dati e informazioni su esigenze e fabbisogni delle imprese ed individuazione delle criticità e potenzialità del territorio;
- Identificazione delle Imprese e delle filiere intersettoriali che potrebbero avviare percorsi di sostenibilità
- Informare, sensibilizzare e supportare le piccole imprese relativamente agli adempimenti previsti dalla normativa cogente e incentivare lo sviluppo di sistemi di gestione ambientale facilitando l'accesso delle imprese alle informazioni ambientali ed energetiche;
- Garantire sostegno e sviluppo alle imprese che operano nella Green Economy con l'interazione e la condivisione di conoscenze tra enti di ricerca, imprese, istituzioni;
- Consolidare le competenze del personale camerale in materia ambientale, rafforzando il ruolo della Camera come soggetto di riferimento a livello territoriale, anche sulle tematiche inerenti la gestione ambientale.

INDICATORI DI PERFORMANCE

- N. di imprese coinvolte
- N. di seminari e di incontri realizzati
- N. report di auditing

2.2 "Diffusione della cultura d'impresa"

2.2.7. Reti d'Impresa

In un sistema produttivo, quale quello della provincia di Oristano, caratterizzato da una forte presenza di piccole imprese, una possibile soluzione per affrontare le sfide odierne sui mercati internazionali, ma anche interni, consiste nel favorire la creazione di filiere che mettano insieme le professionalità e il know-how di imprese di diverso tipo (per dimensione, capacità innovativa ecc...). Negli ultimi anni tali forme di collaborazione tra imprese complementari hanno rappresentato sempre più un punto di forza per la crescita e la competitività del sistema produttivo nazionale. Le reti d'impresa sono funzionali alle PMI che vogliono incrementare la loro competitività sul mercato pur mantenendo i propri tratti distintivi e la propria autonomia gestionale.

Il progetto si pone l'obiettivo di facilitare le imprese nella creazione delle reti attraverso la definizione di modelli di riferimento per la loro creazione.

La prima fase del progetto prevede un'analisi e una fase di progettazione, volta ad individuare le professionalità necessarie allo svolgimento del progetto ed identificare le realtà e i soggetti che possono essere coinvolti.

La seconda fase prevede la realizzazione e sperimentazione del progetto. Si terranno degli incontri con le



imprese del territorio, volte a comprendere le esigenze e la loro propensione all'iniziativa.. Seguirà la definizione degli strumenti e delle pratiche necessarie alla costruzione delle reti, con riferimento anche agli adempimenti richiesti dalla legge.

Seguirà l'assistenza tecnica alle imprese durante la fase precedente la costituzione della rete, durante la costituzione della stessa e a posteriori, con la costruzione di un apposito sportello. In tal senso ci si pone come obiettivo anche un rafforzamento delle competenze del personale camerale.

L'intera iniziativa sarà supportata da un'adeguata promozione e diffusione del progetto e dell'iniziativa sul territorio, anche attraverso la realizzazione di momenti di informazione come Itinerari nel territorio.

RISULTATI ATTESI:

- Analisi delle esigenze e del contesto territoriale e progettazione delle professionalità necessarie;
- Realizzazione di seminari e corsi formativi a favore delle imprese interessate, al fine di sensibilizzare ed informare sulla tematica di reti d'impresa;
- Attività di supporto e consulenza fornite da soggetti esperti nelle procedure;
- Promozione del progetto anche attraverso Itinerari nel territorio..
- Supporto all'impresa e incremento del numero dei contatti

INDICATORI DI PERFORMANCE

N. di imprese coinvolte nei seminari informativi

N. di imprese direttamente supportate nella costruzione delle reti d'impresa

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 ritiene di fondamentale importanza accrescere il grado di internazionalizzazione del sistema produttivo. Le risorse a disposizione impongono l'obbligo e l'onere di fare sistema: nel senso di aumentare l'efficienza cumulativa degli sforzi prodotti e le sinergie positive derivanti dall'agire in rete riducendo le duplicazioni.

"Una quota importante delle PMI, e la maggior parte di quelle che hanno meno di 10 dipendenti, concentrano tutte le loro attività sui mercati locali e nazionali. Circostanza ancora più preoccupante, in base a studi internazionali, un'elevata percentuale di PMI non ha mai preso in considerazione l'ipotesi di internazionalizzarsi.

Ampliare le proprie attività all'estero è ancora considerato non necessario o troppo costoso e rischioso.

Auspicare una maggiore internazionalizzazione delle PMI è importante, ma aumentare la sensibilizzazione non si riferisce solo ai vantaggi di tale internazionalizzazione, ma anche ai programmi esistenti volti a sostenere le PMI quando decidono di entrare in un contesto internazionale.

Soprattutto le PMI più piccole, che sono potenzialmente quelle che hanno maggiori bisogni in termini di sostegno, risentono della carenza di informazioni e di conoscenza dei programmi di sostegno."

Per tali ragioni si ritiene fondamentale agire due fronti. Da un lato aiutare le imprese ad internazionalizzarsi attraverso la partecipazione a Fiere, Workshop e missioni commerciali. Ma prima ancora di poter giungere alla decisione di partecipare ad una fiera l'impresa deve acquisire una serie di conoscenze e competenze fondamentali per rendere utili e produttivi gli sforzi realizzati. Perciò insieme ad azioni rivolte all'organizzazione di collettive per la partecipazione a **manifestazioni, workshop e fiere** sono previste anche azioni finalizzate allo sviluppo di **strumenti informativi** e formativi, con l'offerta di servizi a supporto dei processi di internazionalizzazione.

Proseguirà la collaborazione con le strutture che a livello regionale e nazionale si occupano di internazionalizzare (SPRINT Sardegna, Unioncamere Nazionale e Regionale, altre Camere di Commercio italiane, rete delle Camere di Commercio Italiane all'estero) e tramite le attività dello Sportello



Internazionalizzazione saranno potenziati i **servizi di assistenza** per l'organizzazione e il sostegno di progetti di affiancamento alle imprese e per lo sviluppo del loro potenziale di commercio internazionale. Saranno inoltre attivate iniziative per la **diffusione della conoscenza dei programmi comunitari**, sviluppando azioni rivolte a promuovere la partecipazione delle imprese con ricadute significative per lo sviluppo del sistema economico locale.

2.3 "Apertura dell'economia locale ai mercati esteri"

2.3.1 Sprint

Lo Sportello Regionale per l'Internazionalizzazione si rivolge al sistema delle imprese con le finalità di:

- promuovere e coordinare la presenza e l'attività in Regione degli istituti nazionali;
- prestare servizi informativi, formativi e di assistenza tecnica sugli strumenti di carattere promozionale, finanziario e assicurativo nazionali e regionali;
- promuovere una rete per l'utilizzo della legislazione comunitaria, nazionale e regionale e delle iniziative per l'export;
- agevolare la presentazione di domande e di progetti delle imprese per l'accesso ai servizi e alle agevolazioni promozionali;
- promuovere i programmi promozionali per l'export e l'internazionalizzazione;
- favorire l'inserimento delle piccole e medie imprese della provincia in un contesto concorrenziale;

Le attività già previste per il 2011 sono state riproposte per il 2012, in quanto si sono verificati diversi stop and go legati al ripetuto cambiamento dei titolari dell'Assessorato regionale all'industria e dei relativi staff. Pertanto le attività dello Sprint riguarderanno in particolare il sistema informativo e le azioni divulgative. La prima attività sarà costituita dalla realizzazione del sito internet dello Sprint Sardegna, che rappresenterà la vetrina pubblica dello Sprint e fungerà, nel tempo, da collettore della diversità dei servizi (informativi, dinamici e transattivi) erogati dallo sportello stesso. E' altresì prevista l'integrazione del sito dello Sprint con il progetto che prevede la realizzazione di una newsletter sulle tematiche del commercio estero. La seconda attività riguarderà le azioni di animazione e di sensibilizzazione nel territorio sulle tematiche dell'internazionalizzazione; l'obiettivo sarà quello di stimolare la domanda interna, in particolare quella imprenditoriale, promuovendo attraverso convegni, conferenze, seminari informativi ed eventi ad hoc, organizzati in collaborazione con i partner, i servizi e le attività dello Sprint.

RISULTATI ATTESI:

- Avvio della struttura organizzativa dello SPRINT Sardegna
- Supporto alle imprese attraverso lo sportello SPRINT camerale
- Animazione e sensibilizzazione delle imprese sui temi dell'internazionalizzazione

INDICATORI DI PERFORMANCE

- Seminario informativo sullo SPRINT
- N. di accessi allo sportello
- N. di incontri tra i partner dello Sprint

2.3 "Apertura dell'economia locale ai mercati esteri"

2.3.2. Partecipazione a Fiere e ad altre iniziative del sistema camerale

Si favorirà la partecipazione alle fiere internazionali da parte delle imprese interessate ai mercati esteri attraverso l'azione coordinata e congiunta della CCIAA con altre Camere di Commercio nell'ambito del sistema camerale, attraverso la partecipazione alle iniziative di sistema che vedranno coinvolto il sistema paese Italia nella partecipazione a iniziative di rilevanza internazionale.

RISULTATI ATTESI:

- Partecipazione delle Imprese della provincia a iniziative e missioni del sistema camerale all'estero
- Apertura ai mercati esteri soprattutto con riferimento ai temi della commercializzazione nei mercati maturi e nei mercati emergenti

INDICATORI DI PERFORMANCE



N. di Imprese che partecipano a iniziative, fiere e missioni all'estero (N. triennio 2012-2014 > triennio 2009-2011)

2.3 "Apertura dell'economia locale ai mercati esteri"

2.3.3. Contributi per partecipazione a Fiere

Per stimolare la partecipazione alle fiere da parte delle imprese interessate a rivolgersi al mercato estero, la CCIAA ha previsto un fondo destinato all'abbattimento di una parte delle spese che le imprese sostengono per la partecipazione a fiere ed altre iniziative promozionali, attraverso l'erogazione di contributi in denaro da assegnare con apposito bando pubblico.

RISULTATI ATTESI:

- Aumento del numero di Imprese della provincia che partecipano a fiere e iniziative promozionali all'estero

INDICATORI DI PERFORMANCE

N. di Imprese che fruiscono dei contributi camerali per iniziative, fiere e missioni all'estero (N. triennio 2012-2014 > triennio 2009-2011)

2.3 "Apertura dell'economia locale ai mercati esteri"

2.3.4. Internazionalizzazione delle PMI. (FdP 2009 – 2010)

Obiettivo generale dell'iniziativa è favorire l'aumento del numero delle imprese impegnate in percorsi di internazionalizzazione ed incrementare la propensione ad un aumento della loro capacità dimensionale. Più in particolare sarà realizzato un percorso finalizzato a sviluppare e consolidare l'assistenza alle micro e piccole imprese. Tra le esperienze innovative sarà avviato un servizio di accompagnamento ad hoc alle imprese "matricole" (imprese che non hanno mai operato nei mercati esteri) attraverso il manager temporaneo dell'export, incentivando per tale via forme di aggregazione di impresa per ricercare una maggiore massa critica nel mercato globale ed economie di scala.

RISULTATI ATTESI:

- Animazione e sensibilizzazione delle imprese sui temi dell'internazionalizzazione
- Partecipazione di Imprese matricole a percorsi di internazionalizzazione
- Partecipazione di imprese della provincia a iniziative e missioni del sistema camerale all'estero

INDICATORI DI PERFORMANCE

N. settori coinvolti nelle iniziative a favore dell'internazionalizzazione oltre l'agroalimentare > 0
N. imprese partecipanti alle iniziative sull'internazionalizzazione nel triennio 2012-2014 > triennio 2009-2011.
N. trasmissione informazioni su iniziative e mercati esteri
N. banche dati internazionalizzazione a disposizione delle Imprese nel triennio 2012- 2014> triennio 2009-2011.

2.3 "Apertura dell'economia locale ai mercati esteri"

2.3.5. INNONAUTICS

La Camera di Commercio partecipa al progetto InnoNautICs, col quale si intende promuovere lo sviluppo del settore nautico attraverso una collaborazione transnazionale fra le isole Mediterranee, coinvolgendo enti e istituzioni appartenenti a diverse regioni europee (Spagna, Grecia, Italia, Francia). Attraverso una piattaforma informatica si realizza la promozione del settore nautico, mettendo in rete i servizi offerti dalle imprese del settore, innovando le piccole e medie imprese e, al contempo, sviluppandone la dimensione turistica.

Particolare rilevanza riveste l'implementazione di 4 progetti pilota, di cui uno sviluppato dalla CCIAA di Oristano sul tema dei servizi innovativi collegati alla nautica e al turismo nautico (Itinerari archeologici subacquei).



RISULTATI ATTESI:

- Conclusione del progetto e diffusione dei risultati
- Promozione turistica attraverso il turismo nautico e la fruibilità di Itinerari archeologici subacquei

INDICATORI DI PERFORMANCE

- N. Imprese della provincia iscritte alla piattaforma nauticaleurope.com > di 25
- N. Pacchetti turistici collegati al progetto

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

Le produzioni e le tipicità locali, insieme al paesaggio, alla storia e alla cultura di un territorio costituiscono un veicolo importante per la sua promozione, soprattutto in un mondo globalizzato in cui le distanze sono superate dalla tecnologia. Per questo la Camera nei suoi atti di programmazione ha inteso potenziare le politiche di stimolo e supporto allo sviluppo, attraverso le iniziative promosse dal territorio, nella convinzione che queste contribuiscano positivamente a qualificare l'offerta sia essa di stretta valenza turistico-culturale sia essa di valenza commerciale.

Per favorire lo sviluppo delle diverse componenti (turistico, culturale, paesaggistico, ambientale, economico, enogastronomico) le azioni camerale sono rivolte alla realizzazione di **iniziative integrate di promozione nel territorio** mediante organizzazione per conto proprio o in compartecipazione a iniziative di terzi.

Parallelamente saranno curate azioni rivolte alla **tutela e alla salvaguardia delle produzioni locali**, mediante l'adozione di politiche di qualità in grado di fornire garanzie al consumatore finalizzate a 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**, il 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.

Un concetto di sviluppo del territorio fondato sul prodotto tipico, inteso come sintesi di diversi elementi, complessivamente in grado di costituire uno strumento di rappresentazione della realtà territoriale, da valorizzare attraverso la **gestione e/o promozione di disciplinari di produzione volontari** e la diffusione della **certificazione DOP, DOC, IGP**.

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

2.4.1 Iniziative promozionali con la Camera di Commercio di Nuoro

Realizzazione di alcune iniziative che vedranno nel 2012 l'avvio della collaborazione con la **Camera di Commercio di Nuoro**, con la quale oltre la fascia dimensionale la nostra Camera di Commercio condivide una estesa contiguità territoriale, una rilevante omogeneità circa le caratteristiche paesaggistiche, ambientali e corografiche dei rispettivi territori, e una non trascurabile vicinanza sul piano della cultura, degli usi e delle tradizioni delle comunità ivi stanziate.

La condivisione con la **Camera di commercio di Nuoro** di una parte delle politiche promozionali, come già prima accennato, e la stipula di una convenzione per la gestione associata di alcuni servizi, risponde anche allo spirito L.580/93, come modificata con il D.lg. n. 23 del 2010 e al contenuto delle linee d'azione proposte dalla Unione Nazionale della CCIAA che incoraggiano le singole realtà camerale a rafforzare lo spirito associativo nel realizzare la propria missione istituzionale.

Il costruttivo rapporto che si intende avviare con la **Camera di Commercio di Nuoro** rappresenta una opportunità per entrambi gli Enti di ottimizzare gli interventi sostegno del sistema economico, di rendere visibile su scala più larga la progettualità proposta, di poter interloquire con maggiore efficacia con le altre Istituzioni (Stato, Regione, Enti Locali, Comunità Europea) e con gli organismi del sistema camerale



Nazionale e internazionale (Unioncamere, Ascame, Insuleur, AlpMed, ecc...).

La Camera promuoverà la presenza della CCIAA di Oristano nelle manifestazioni promozionali proposte dalla Camera di Commercio Nuoro, mentre sarà prevista la partecipazione delle imprese iscritte alla CCIAA di Nuoro alle iniziative che verranno realizzate dalla nostra Camera.

Saranno infine valutate iniziative congiunte finalizzate alla creazione di marchi d'area in settori economici di comune interesse quali l'agroalimentare e l'artigianato artistico. Le risorse relative a queste azioni sono distribuite nelle azioni corrispondenti alle singole iniziative.

RISULTATI ATTESI:

- Favorire lo sviluppo nei segmenti del turismo enogastronomico, rurale, ambientale, culturale, equestre mediante la realizzazione di iniziative promozionali ad opera delle due Camere.
- Studio e Promozione di marchi d'area in settori economici di comune interesse (Camera di Commercio di Oristano e Nuoro) quali l'agroalimentare e l'artigianato artistico.

INDICATORI DI PERFORMANCE

- Numero di Imprese iscritte alla camera di Commercio di Oristano che partecipano alle iniziative promozionali realizzate dalla Camera di Commercio di Nuoro.
- Numero di Imprese iscritte alla camera di Commercio di Nuoro che partecipano alle iniziative realizzate dalla Camera di Commercio di Oristano.
- N. di marchi d'area adottati > 0

2.4 "Valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali e rafforzamento della capacità di offerta turistica"

2.4.2. Mediterranea

Mediterranea costituisce un'opportunità per sostenere e incrementare i flussi sempre più consistenti di visitatori che si recano in provincia di Oristano durante il periodo di carnevale e ad Oristano, per assistere alla Sartiglia, manifestazione consolidata a livello regionale suscettibile di indurre processi di crescita che generano capacità competitiva e dinamicità nel sistema turistico. La diversificazione dell'offerta attraverso una presentazione diversa e nuova delle risorse ambientali, culturali, materiali ed enogastronomiche va nella direzione di aumentare i flussi turistici nella bassa stagione, proponendo al turista di toccare, odorare, sentire, vedere, degustare il territorio con una fruizione integrata e complementare dei cinque sensi.

Mediterranea a Oristano, evento espositivo in programma nel Centro storico della città dal 16 al 21 febbraio 2012, è incentrata sulla valorizzazione delle tradizioni popolari e degli antichi mestieri, sulla riscoperta dei saperi locali al fine di rafforzare le nuove iniziative e renderle attrattive, facendo leva sulla qualità e la tipicità, in linea con quello che è il disegno strategico dell'ente. Fulcro della manifestazione sono le realtà produttive della provincia, con particolare richiamo alle eccellenze dell'artigianato artistico e dell'agroalimentare che rappresentano un forte elemento di richiamo per l'attrattività turistica della provincia e dell'intera regione.

RISULTATI ATTESI:

- Incremento flussi turistici nella bassa stagione
- Diversificazione offerta turistica
- Favorire il confronto e il dialogo tra le diverse realtà locali e le realtà del Mediterraneo al fine di agevolare il processo di interscambio economico, sociale, culturale
- Accrescere l'immagine di meta turistico- culturale- enogastronomica del territorio oristanese
- Promuovere e incentivare la cultura dell'accoglienza nel territorio
- Valorizzare a fini turistici le manifestazioni e gli eventi tradizionali



INDICATORI DI PERFORMANCE

N. di visitatori alla Mostra-mercato

N. di presenze nelle strutture ricettive nel periodo della manifestazione

2.4 "Valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali e rafforzamento della capacità di offerta turistica"

2.4.3. Le Isole del Gusto

Sulla base dei risultati positivi conseguiti nelle precedenti sei edizioni, verrà riproposta la rassegna gastronomica "Le Isole del Gusto" che si articolerà in due diverse sezioni riservate rispettivamente ai ristoranti e agli agriturismo/ittiturismo, nel periodo da febbraio a giugno 2012.

La rassegna è finalizzata a promuovere e sostenere la ristorazione d'eccellenza del territorio attraverso l'utilizzo dei prodotti tipici locali, la valorizzazione della cultura enogastronomica e la promozione di scambi e di collaborazione tra ristoratori e i piccoli produttori locali, incentivando l'utilizzo delle materie prime stagionali e la creazione di menù a Km zero.

La rassegna coinvolge l'intero territorio provinciale, differenziando ed ampliando l'offerta e veicolando i tradizionali flussi turistici anche nelle zone interne della provincia, per le quali il carnevale e la rassegna gastronomica potranno fungere non solo da elementi di richiamo immediato, ma anche di attrazione per il restante periodo dell'anno, contribuendo alla destagionalizzazione turistica.

RISULTATI ATTESI:

- Incremento flussi turistici nella bassa stagione
- Promozione dell'immagine del territorio al fine di attirare nuovi flussi di visitatori interessati alla cultura enogastronomica e al cibo di qualità;
- Promozione della qualità nei comparti agroalimentare, enogastronomico e della ristorazione;

INDICATORI DI PERFORMANCE

N. di ristoranti partecipanti alla rassegna

N. di consumatori che partecipano alla rassegna

N. di consumatori extra provincia-regione-stato

2.4 "Valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali e rafforzamento della capacità di offerta turistica"

2.4.4. Premio Montiferru – Concorso Internazionale per l'olio extravergine di oliva

Il Premio Montiferru, Concorso Internazionale per l'olio extravergine di oliva, costituisce una delle principali iniziative che la Camera realizza con l'obiettivo di promuovere e valorizzare le produzioni di qualità, obiettivo ritenuto strategico per lo sviluppo integrato del territorio.

Il Premio, giunto alla 19^a edizione, viene organizzato da un Comitato costituito, sulla base del Protocollo d'Intesa a suo tempo siglato con gli altri soggetti promotori, da Camera di Commercio, Amministrazione Provinciale, Comune di Seneghe, Agenzia LAORE, Agenzia AGRIS, Associazione Nazionale Città dell'Olio, ed è ormai consolidato anche a livello internazionale.

La manifestazione, specificamente rivolta alla promozione dell'olio extravergine di oliva, costituisce inoltre occasione per percorsi di valorizzazione trasversali ad altre produzioni del comparto agricolo e ad altri settori economici, quali la ristorazione, le strutture di ospitalità, il turismo

Sulla base di quanto stabilito nel citato protocollo d'intesa, la Presidenza e i compiti di Segreteria Organizzativa del Premio, sono stati attribuiti alla Camera di Commercio di Oristano, che concorre alla sua realizzazione con un partecipazione alla spesa pari a € 15.000,00

RISULTATI ATTESI:

- Valorizzazione e confronto per le produzioni di olio extravergine di oliva
- Promozione della produzione locale presso gli operatori turistici del territorio
- Promozione dell'olio extravergine d'oliva della provincia nel mercato nazionale e internazionale

INDICATORI DI PERFORMANCE



N. di produttori partecipanti
N. di etichette partecipanti
N. di etichette non sarde

2.4 "Valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali e rafforzamento della capacità di offerta turistica"

2.4.5. SardegnaCavalli

Tradizionale e frequentatissima occasione di promozione delle produzioni locali, imperniata sul cavallo e sul turismo equestre si pone l'obiettivo di costruire un percorso che permetta il passaggio da un turismo stagionale legato alle sole zone costiere e con scarsa integrazione con il territorio, a un'offerta integrata che possa moltiplicare le opportunità di vacanza incentrata sul turismo equestre, culturale, ambientale ed enogastronomico.

L'edizione 2012 viene proposta come sperimentazione di una formula, già ipotizzata in passato, che consenta di verificare e testare, rispetto alle strategie programmatiche dell'Ente camerale, soluzioni sul piano logistico, organizzativo e tecnico, che comprendono una serie di eventi diffusi nel territorio, eventualmente anche di altre province sarde, per i quali Sardegnacavalli diviene insieme contenitore e motore della comunicazione e della promozione.

Anche con questa articolazione Sardegnacavalli 2012 si propone, nel solco delle grandi tradizioni equestri dell'oristanese e dell'isola, come veicolo di promozione del territorio e delle sue risorse; partendo dalle attività economiche legate alle specificità ed alle tradizioni locali si vuole costruire un percorso di sviluppo che, per quanto riguarda il settore turistico, si integri con il territorio valorizzandolo in tutti i suoi aspetti, da quello naturalistico-paesaggistico a quello archeologico-culturale, storico-artistico, antropologico ed enogastronomico. Si intende sviluppare il collegamento della manifestazione con i diversi eventi - sempre connessi alla tradizione equestre - che si svolgono nel territorio provinciale, alcuni dei quali la Camera, in passato, ha sostenuto e valorizzato con diverse forme d'intervento, ma che oggi richiedono più che mai forme di collaborazione e di integrazione sul piano promozionale e organizzativo in grado di potenziarne le valenze e incrementarne le opportunità con la finalità di arrivare a proposte articolate e diversificate che possano arricchire l'offerta dei prodotti d'area suscitando nuove richieste e fornendo risposte a quelle già rilevate.

Su tali basi Sardegnacavalli 2012 promuoverà e sosterrà con azioni di comunicazione, marketing e supporto tecnico, finanziario e operativo, favorendo la creazione e la vendita di prodotti turistici collegati, l'organizzazione di eventi nel settore ippico: gare, concorsi, rassegne allevatoriali, mostre mercato, aste ecc.) programmati in momenti e località differenti, in sinergia con Enti e Associazioni del comparto equestre e con gli attori locali.

Richiamando la nascita in provincia di Oristano, oltre quaranta anni fa, con il progetto OECE e la Cooperativa Allevatrici Sarde, dell'agriturismo in Sardinia, il programma prevede inoltre la realizzazione di un evento che supporti il passaggio dalla fase promozionale ad una fase commerciale del turismo rurale, dell'agriturismo e del turismo equestre. In collaborazione con la rassegna Nazione dedicata al turismo esperienziale "Travellig Likes Experience", organizzata dalla Camera di Commercio di La Spezia e da Fiera Milano, verrà realizzata la Borsa Regionale dell'Agriturismo e del turismo equestre "Agriturismo di Sardegna: 1^ Borsa Regionale dell'Agriturismo e del turismo equestre".

RISULTATI ATTESI:

- Valorizzare l'allevamento equino in Sardegna e potenziarne la valenza attraverso il sostegno agli eventi di "esposizione" e promozione del cavallo e dei prodotti ad esso collegati
- Favorire la destagionalizzazione dell'offerta turistica attraverso la promozione del turismo equestre, rurale, culturale, ambientale e enogastronomico;
- Promuovere l'immagine della Provincia di Oristano e attrarre nuovi flussi di visitatori interessati al mondo del cavallo, al patrimonio storico-artistico-ambientale del territorio ed alla tipicità e qualità delle produzioni agroalimentari;



INDICATORI DI PERFORMANCE

N. di eventi inseriti nel programma di Sardegnacavalli 2012

N. di partecipanti agli eventi di Sardegnacavalli

Costruzione pacchetti turistici collegati a Sardegnacavalli

N. espositori partecipanti alla Borsa "Agriturismo di Sardegna: 1^ Borsa Regionale dell'Agriturismo e del turismo equestre"

2.4 "Valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali e rafforzamento della capacità di offerta turistica"

2.4.6 Sostegno ad iniziative di settore

Viene confermato il sostegno, anche finanziario, ad iniziative di promozione economica proposte da altri soggetti nei settori produttivi di maggiore rilevanza per l'economia del territorio provinciale. Una particolare attenzione verrà riservata alle iniziative promosse dalle associazioni di categoria nei settori e nell'ambito delle tematiche individuate dal programma camerale. Dal 2012 troverà compiuta applicazione il nuovo Regolamento per la concessione di contributi, sovvenzioni, sussidi ed ausili finanziari e per l'attribuzione di vantaggi economici, approvato dalla Giunta con deliberazione n. 25 del 7 aprile 2011, che disciplina la materia in maniera organica, sostituendo le precedenti disposizioni.

RISULTATI ATTESI:

- Integrazione delle iniziative di promozione realizzate nel territorio

INDICATORI DI PERFORMANCE

N. di iniziative realizzate

Rapporto tra intervento finanziario complessivo della Camera e spesa totale per le iniziative finanziate

2.4 "Valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali e rafforzamento della capacità di offerta turistica"

2.4.7. Politiche per la qualità: Certificazione Ospitalità Italiana (FdP 2009 – 2010)

Il progetto si propone la crescita del tessuto economico produttivo con la realizzazione percorsi volti alla qualificazione delle imprese turistiche e dei settori di eccellenza attraverso l'utilizzo di strumenti quali la certificazione di qualità.

Obiettivo principale è quello di implementare i flussi turistici esistenti e generarne dei nuovi attraverso il miglioramento degli standard di qualità del servizio con l'utilizzo di certificazioni volontarie che portino all'ottenimento di un marchio che sia sinonimo di garanzia e di rispettabilità del territorio. Il percorso di certificazione dovrà essere volto a potenziare le filiere produttive territoriali e l'utilizzo e la valorizzazione dei prodotti agroalimentari, enogastronomici e artigianali secondo un'ottica di sistema tra le imprese che operano in sinergia tra loro per la promozione congiunta del territorio.

Specificatamente si intende costituire un'offerta territoriale integrata basata sulla qualità, che riunisca insieme filiera turistica e produttiva nel realizzare strumenti di promo-comunicazione e formativi per la valorizzazione dell'offerta turistica territoriale; verrà pertanto valorizzato il sistema dell'ospitalità locale con l'applicazione di disciplinari mirati alle imprese coinvolte dal processo di individuazione delle eccellenze produttive e turistiche del territorio. Saranno inoltre realizzati eventi promozionali e formativi verso le imprese stesse.

RISULTATI ATTESI:

- Diffusione degli strumenti di certificazione della qualità

- Consolidamento e promozione della qualità dell'ospitalità in provincia di Oristano

- Incremento capacità di attrazione turistica

INDICATORI DI PERFORMANCE

N. di Imprese richiedenti il marchio



N. di Imprese insignite del marchio
N. di azioni promozionali per le Imprese insignite del marchio

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

2.4.8. Qualità del Made in Italy: azioni promozionali e formazione operatori (FdP 2009 – 2010)

Il progetto si propone di fornire sostegno competitivo ai sistemi economici locali, anche in prosecuzione del lavoro avviato nelle precedenti annualità del Fondo di Perequazione. In particolare il progetto individua come macro obiettivo quello di favorire il rilancio competitivo di alcuni dei principali settori del *Made in Italy* attraverso la qualificazione delle produzioni locali di qualità e il ricorso a forme di valorizzazione scientificamente riconosciute. In particolare si intende promuovere il modello alimentare della Dieta Mediterranea, già riconosciuto da numerosi studi come valido strumento in grado di curare e prevenire disfunzioni alimentari.

Con il progetto si intende sviluppare un marchio collettivo geografico della Dieta Mediterranea, con relativi regolamento e disciplinari di produzione, e valorizzare la ristorazione locale attraverso il modello della Dieta Mediterranea, sostenuto dai prodotti e produttori locali aderenti al marchio precedentemente citato, anche attraverso l'organizzazione di iniziative ed eventi da parte della Camera stessa. Tali iniziative ed eventi saranno volti alla valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche agroalimentari di qualità della provincia di Oristano.

Obiettivi del progetto è promuovere e sostenere la ristorazione d'eccellenza del territorio attraverso la conoscenza dei prodotti tipici locali, valorizzare la cultura enogastronomica e promuovere gli scambi e la collaborazione tra i ristoratori e i piccoli produttori locali, incentivando così l'utilizzo delle materie prime e la creazione di menù a chilometro zero, seguendo il modello alimentare della Dieta Mediterranea.

Si intende inoltre svolgere corsi di formazione per creare figure professionali (assaggiatori) abilitate a comporre commissioni di assaggio per prodotto agroalimentari e fornire brevi percorsi formativi propedeutici a favore degli operatori del settore gastronomico e della somministrazione in genere (ristoratori, cuochi, gestori di strutture ricettive e altro personale dipendente).

Sono previsti in particolare la costituzione di Comitati di Assaggio Ufficiali e Professionali e l'adeguamento strumentale della relativa sala d'assaggio della Camera, che verrà attrezzata conformemente alle prescrizioni Comunitarie con particolare riguardo all'Olio di Oliva e ai Formaggi.

RISULTATI ATTESI:

- Formazione di figure professionali di assistenza al comparto produttivo agroalimentare e al settore turistico-ricettivo
- Supporto alle piccole e medie imprese nel dialogo con il mondo della ricerca
- Alimentare la capacità di fare rete fra le imprese
- Rafforzamento del ruolo della camera di commercio come soggetto in grado di assistere le imprese nello sviluppo di comportamenti innovativi

INDICATORI DI PERFORMANCE

Costituzione Comitato di assaggio Ufficiale per l'olio
N. partecipanti a corsi di formazione per operatori agroalimentare e enogastronomia

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

2.4.9. Dieta Mediterranea: azioni di valorizzazione delle produzioni agroalimentari ed enogastronomiche tipiche italiane.

Il progetto mira alla valorizzazione dei prodotti tipici agroalimentari, alla promozione delle produzioni enogastronomiche, alla promozione territoriale in generale, alla divulgazione del *Made in Italy*, alla



diffusione delle tradizioni culturali, all'internazionalizzazione delle produzioni e delle imprese, alla divulgazione della ristorazione di qualità, attraverso azioni che vedono, come primo obiettivo, la costituzione di un network del sistema camerale. La Camera di commercio di Matera, è il "fondatore" del "Centro Internazionale per gli Studi e la Cultura della Dieta Mediterranea" nonché il promotore del progetto.

Dopo una prima fase di studio e formazione di chef professionisti e non, verrà dato seguito ad una serie di azioni promozionali che mirano alla creazione di un menù mediterraneo e alla partecipazione ad eventi sia nazionali che internazionali, con lo scopo di organizzare dei B2B tra le Camere di Commercio portatrici dei menù certificati e i ristoratori e chef esteri. L'obiettivo sarà quello di presentare attraverso i menù l'offerta dei prodotti locali.

Il percorso si concluderà con la costituzione di disciplinari per certificare i prodotti tipici della Dieta Mediterranea.

RISULTATI ATTESI:

- Promozione della "Dieta Mediterranea"
- Formazione operatori del settore
- Adozione disciplinari e certificazione della "Dieta Mediterranea"
- Incremento capacità di attrazione turistica

INDICATORI DI PERFORMANCE

- N. eventi informativo promozionali realizzati
- N. partecipanti a corsi di formazione per operatori del settore
- N. disciplinari adottati

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

Si prevede la prosecuzione delle attività avviate sui diversi fronti: Centro Servizi per le Imprese, Nuova Sede Camerale, manutenzione straordinaria attuale sede camerale, adeguamento delle dotazioni strumentali. Gli interventi hanno la precisa finalità di dotare l'Ente di strutture adeguate allo svolgimento delle attività in grado di offrire una realtà camerale efficiente, razionale e accessibile.

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

2.5.1 Centro Servizi per le Imprese e Nuova Sede camerale

Ipotizzando un imminente rilascio del permesso a costruire, si prevede l'affidamento dei lavori del 1° lotto del Centro servizi. Verrà inoltre redatto e approvato il progetto definitivo ed esecutivo della nuova sede camerale e, subordinatamente al completamento delle procedure autorizzative, si procederà all'affidamento dei lavori.

RISULTATI ATTESI:

- Miglioramento degli spazi a disposizione delle imprese per le attività formative, promozionali ed espositive.
- Miglioramento degli spazi a disposizione per gli sportelli e gli uffici camerale

INDICATORI DI PERFORMANCE

- Affidamento lavori 1° lotto entro il 2012
- Completamento lavori entro il 2013



2.5 "Incremento strutturale e funzionale degli uffici e degli spazi camerali per le imprese"

2.5.2. Fruibilità dei servizi nelle attuali sedi camerali

Si prevedono il rifacimento dei servizi igienici negli uffici di Via Carducci 23 e la revisione delle indicazioni segnaletiche dei diversi uffici, tenendo conto anche delle funzioni legate all'organizzazione di manifestazioni ed attività ricorrenti.

RISULTATI ATTESI:

- Miglioramento della fruibilità dei servizi presso gli attuali uffici camerali

INDICATORI DI PERFORMANCE

Realizzazione interventi entro 31.12.2012

2.5 "Incremento strutturale e funzionale degli uffici e degli spazi camerali per le imprese"

2.5.3. Adeguamento delle dotazioni strumentali

Sarà garantito il rinnovo e l'adeguamento delle dotazioni strumentali a disposizione degli uffici

RISULTATI ATTESI:

- Miglioramento delle dotazioni strumentali dell'ente e degli spazi dedicati al lavoro

INDICATORI DI PERFORMANCE

Realizzazione attività



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"

La funzione di regolazione del mercato, già da tempo avviata presso la struttura camerale, assume notevole rilievo con la duplice finalità di tutelare la "parte debole" (il consumatore), ma soprattutto di garantire la massima efficienza dei mercati, a tutela dell'impresa. Assicurare informazione, affidabilità delle parti, trasparenza, buona fede nelle transazioni commerciali, insieme ad una rapida soluzione di eventuali controversie, contribuiscono, infatti, nel rispetto della libera concorrenza, allo sviluppo di una solida economia, connotandosi come attività svolta a sostegno del sistema delle imprese. Nel 2012 si prevede il rafforzamento del Ruolo della Camera nella Regolazione del Mercato attraverso la riorganizzazione dei servizi, anche in forma associata, l'attività di informazione e comunicazione, lo sviluppo di professionalità, l'utilizzo degli strumenti informatici e telematici.

3.1. Obiettivo strategico "Potenziamento dei servizi di Regolazione del Mercato"

3.1.1 Incremento dei servizi di Regolazione del mercato

L'attività di regolazione del mercato, per quanto ampia, necessita di ulteriori estensioni, con il fine di garantire e assicurare maggiore informazione, affidabilità delle parti, trasparenza e buona fede nelle transazioni commerciali. Lo sviluppo della forma associata, anche grazie all'ottimizzazione delle risorse, potrà consentire l'avvio di nuovi servizi e l'incremento del livello di qualità dei servizi già attivi.

RISULTATI ATTESI:

- Svolgimento dei servizi di Regolazione del Mercato in forma associata con la Camera di Commercio di Nuoro
- Ampliamento ambiti operativi (Contratti – Tipo, Mediazione Civile, Sicurezza prodotti e informazione al consumatore)
- Informatizzazione dei servizi

INDICATORI DI PERFORMANCE

- N. Servizi svolti in maniera associata
- N. nuovi servizi avviati nel 2012

3.1. Obiettivo strategico "Potenziamento dei servizi di Regolazione del Mercato"

3.1.2 Metrologia legale – Banca dati Eureka

Si prevede il completamento delle operazioni di caricamento dati e l'entrata a regime dell'utilizzo del software EUREKA per la gestione del servizio metrico.



<p><u>RISULTATI ATTESI:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Completa informatizzazione del servizio e integrazione con il sistema contabile - Incremento dell'attività ispettiva di verifiche metriche e svolgimento dell'attività informativa
<p><u>INDICATORI DI PERFORMANCE</u></p> <p>Completamento caricamento dati su Eureka Avvio gestione su software Eureka entro 30.09.2012</p>
<p>3.1.Obiettivo strategico "Potenziamento dei servizi di Regolazione del Mercato"</p> <p>3.1.3. Progetto S.VI.M. – Sicurezza, Vigilanza, Mercato.</p> <p>La Camera di Commercio nel corso del 2012 svolgerà un'intensa attività di informazione ed eventualmente di controllo sulla sicurezza di differenti tipologie di prodotti (tessile, DPI, elettrici, giocattoli, sicurezza generale dei prodotti e codice del consumo) in base alle indicazioni del Ministero dello Sviluppo Economico.</p>
<p><u>RISULTATI ATTESI:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Incremento delle attività di vigilanza e controllo nell'ambito della sicurezza prodotti
<p><u>INDICATORI DI PERFORMANCE</u></p> <p>N. iniziative di informazione N. prodotti controllati a campione</p>
<p>3.1.Obiettivo strategico "Potenziamento dei servizi di Regolazione del Mercato"</p> <p>3.1.4. Avvio attività sportello di mediazione civile. Gestione informatica dell'attività.</p> <p>Il Servizio di Mediazione offre la possibilità di giungere alla composizione delle controversie civili e commerciali, vertenti su diritti disponibili, tra due o più soggetti comprese le liti tra imprese e tra imprese e consumatori, tramite l'assistenza di un mediatore indipendente, imparziale e neutrale. Il passaggio alla gestione informatica migliorerà la qualità del servizio.</p>
<p><u>RISULTATI ATTESI:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Avvio del servizio di Mediazione Civile - Pubblicità del servizio svolto e informazione all'utenza - Avvio delle procedure informatizzate
<p><u>INDICATORI DI PERFORMANCE</u></p> <p>N. richieste di mediazione civile N. mediazioni avviate N. mediazioni con strumento informatico</p>
<p>3.1.Obiettivo strategico "Potenziamento dei servizi di Regolazione del Mercato"</p> <p>3.1.5. Attività formativa e informativa sui Contratti – Tipo e sul loro utilizzo</p> <p>Promozione diffusione dei contratti tipo attraverso lo svolgimento di seminari ed incontri per formare e informare le imprese e i consumatori sull'utilizzo e le caratteristiche dei Contratti Tipo. Coinvolgimento e stipula di intese con le rappresentanze associative delle imprese e dei consumatori.</p>
<p><u>RISULTATI ATTESI:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Diffusione dell'utilizzo dei Contratti - Tipo
<p><u>INDICATORI DI PERFORMANCE</u></p> <p>N. di seminari, incontri e altre iniziative per la promozione dei contratti tipo N. di contratti tipo N. intese e protocolli con Associazioni di rappresentanza</p>
<p>3.1.Obiettivo strategico "Potenziamento dei servizi di Regolazione del Mercato"</p>



3.1.6. Osservatorio sui prezzi

Potenziamento dell'attività di rilevazione prezzi e correlata attività di informazione. Monitoraggio dei prezzi del settore immobiliare e miglioramento dell'attività informativa sui prezzi monitorati. Rafforzamento della diffusione del sistema di contrattazione dei prodotti agroalimentari attraverso la piattaforma telematica gestita della Borsa Telematica Italiana, secondo quanto disposto dal Ministero dello Sviluppo Economico

RISULTATI ATTESI:

- Rilevazione prezzi e diffusione dati in tempo reale attraverso il sito camerale
- Monitoraggio nuovi settori economici e attività informativa sui prezzi monitorati

INDICATORI DI PERFORMANCE

N. di pubblicazioni delle rilevazioni
N. di settori oggetto di rilevazione

3.1. Obiettivo strategico "Potenziamento dei servizi di Regolazione del Mercato"

3.1.7. Organismo di controllo dei vini DOC e IGT

La Camera di Commercio di Oristano è stata individuata dal Ministero delle politiche agricole quale Organismo di Controllo per cinque tipologie di vini DOC caratteristici della Provincia di Oristano (Vernaccia, Malvasia, Semidano, Arborea, Campidano di Terralba). L'incarico, così come quello affidato ad altri organismi per i restanti vini DOC e DOCG, andrà a scadere nel 2012. Le Camere di Commercio di Oristano e Nuoro intendono candidarsi, con la condivisione della filiera vitivinicola e il supporto di DINTEC, società del sistema camerale partecipata dalla Camera, a svolgere tale ruolo per tutte le DOC, DOCG e IGT della Sardegna.

RISULTATI ATTESI:

- Consolidamento e ampliamento del ruolo camerale nell'attività di controllo dei vini sardi a D.O.C.

INDICATORI DI PERFORMANCE

Presentazione candidatura per l'attività di O. di C. Vini a D.O. e I.G.T.



Area Strategica	4- Trasparenza, Dialogo, Comunicazione
Aree organizzative coinvolte nella realizzazione	Segreteria, Controllo di Gestione e tutti i servizi e uffici camerali.
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. Rafforzamento della Trasparenza attraverso la redazione del Programma Triennale

La promozione della diffusione della legalità, della trasparenza e dell'integrità costituisce una delle missioni istituzionali di tutte le pubbliche amministrazioni, e in particolare, della Camera, che svolge il proprio ruolo di supporto e promozionale del sistema delle imprese e dell'economia provinciale.

4.1. Rafforzamento della Trasparenza attraverso la redazione del Programma Triennale

4.1.1. Programma Triennale per la Trasparenza e l'Integrità.

Alla luce degli obblighi normativi previsti dal D.L. 150/2009 (art.13, comma 6, lettera e) e delle linee guida individuate nella delibera n. 105/2010 emanata dalla "Commissione per la valutazione, la trasparenza e l'integrità delle amministrazioni pubbliche" (CIVIT), ogni amministrazione ha l'obbligo di redigere un Programma Triennale per la Trasparenza e l'Integrità che espliciti le iniziative che l'Ente porrà in essere per adempiere agli obblighi di trasparenza sanciti dalla normativa, sia nel breve che del lungo periodo.

RISULTATI ATTESI:

- Aggiornamento e attuazione del Programma triennale per la trasparenza e l'integrità.

INDICATORI DI PERFORMANCE

Presentazione del programma agli stakeholder

Monitoraggio attuazione programma

4.2. Miglioramento della qualità del sito camerale

Miglioramento del sito camerale in termini di fruibilità, consultazione e indicazione contatti

4.2. Miglioramento della qualità del sito camerale

4.2.1. Miglioramento della comunicazione esterna attraverso una migliore gestione del sito internet.

Saranno individuate le aree di miglioramento in favore di una maggiore comunicazione esterna, sulla base degli adempimenti imposti dalla normativa e delle opportunità legate all'attività della Camera. Saranno veicolate attraverso il sito internet della CCIAA le informazioni e la modulistica utilizzata per tutti i servizi erogati dalla Camera.

Con l'obiettivo di un ampliare la base di ascolto dell'ente, verrà istituita una rubrica nel sito web della Camera dedicata all'invio di osservazioni, proposte e consigli da parte degli utenti camerali.

RISULTATI ATTESI:

- Aggiornamento dei dati pubblicati con cadenza almeno bimestrale

- Inserimento sul sito web di tutta la modulistica relativa all'attività della Camera

- Maggiore partecipazione degli stakeholder al dibattito sull'attività della Camera e all'orientamento sulla programmazione futura



INDICATORI DI PERFORMANCE

N. di revisioni dei dati pubblicate nel sito

Completo inserimento della modulistica nel sito

Istituzione rubrica per osservazioni, proposte e consigli

N. di accessi alla rubrica per osservazioni, proposte e consigli



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 camerati, 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 76% al 31.12.2012 (1% in più rispetto al 2011)	
Indicatore di performance	Percentuale di pratiche evase entro 5 giorni superiore al 76%	
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 (2012 -14) < tempi medi di evasione delle pratiche (2009 - 11)	
Obiettivo Operativo	1.1.1.4 Allineamento dei tempi di evasione delle pratiche con quelli medi a livello nazionale (rilevate dal cruscotto del Registro Imprese)	
Indicatore di performance	Indice di Customer Satisfaction (2012 -14)=livello di buona soddisfazione	

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 (+2%) Campagne promozionali avviate attraverso CIAO Impresa 2012-2014 > Campagne promozionali avviate attraverso CIAO Impresa 2009 - 2011

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 2012-2014 > N. di caselle di posta elettronica attivate presso gli uffici camerali 2009-2011	
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 2012-2014 > N. di comunicazioni spedite e pervenute via posta elettronica certificata 2009-2011	

Obiettivo Strategico	1.1 E-Government: semplificazione e accessibilità dei servizi alle imprese 1.1.4. Qualità dei servizi erogati e dei rapporti con l'utenza	1 - Pubblica Amministrazione per le Imprese
Obiettivo Operativo	1.1.4.1 Introduzione di un sistema stabile per la rilevazione della soddisfazione dell'utenza	
Indicatore di performance	Rilevazione Customer satisfaction mediante interviste telefoniche Elaborazione questionario di customer satisfaction N. di questionari di customer satisfaction complessivamente compilati dall'utenza (2012-2014 > 2009-2011)	
Obiettivo Operativo	1.1.4.2 Incremento tempi di apertura al pubblico degli sportelli camerali	
Indicatore di performance	N. ore settimanali di apertura al pubblico dei servizi a sportello(2012-2014 > 2009-2011)	
Obiettivo Operativo	1.1.4.3 Formazione del personale camerale per l'orientamento all'utenza	
Indicatore di performance	N. partecipanti ad attività formative per l'orientamento all'utenza > 50% del personale	

Obiettivo Strategico	1.2 Modernizzazione dell'organizzazione interna 1.2.1. Procedimenti amministrativi, orientamento all'utenza, assistenza e consulenza	1 - Pubblica Amministrazione per le Imprese
Obiettivo Operativo	1.2.1.1 Regolamenro sulla Gestione dei procedimenti amministrativi (interni ed esterni) e nuova attribuzione delle relative responsabilità	
Indicatore di performance	Predisposizione Regolamenro sulla Gestione dei procedimenti amministrativi entro 31.10.2012	



Obiettivo Strategico	1.2 Modernizzazione dell'organizzazione interna 1.2.2. Ciclo delle Performance	1 - Pubblica Amministrazione per le Imprese
Obiettivo Operativo	1.2.2.1 Gestione del Ciclo delle Performance nel rispetto delle disposizioni normative e organizzative	
Indicatori di performance	Entrata a regime del Ciclo delle performance entro l'anno 2012 Utilizzo software per la Gestione del Ciclo delle Performance entro l'anno 2012	

Obiettivo Strategico	1.2 Modernizzazione dell'organizzazione interna 1.2.3 Benessere organizzativo	1 - Pubblica Amministrazione per le Imprese
Obiettivo Operativo	1.2.3.1 Rilevazione dello stato del benessere organizzativo avvertito dal personale della Camera.	
Indicatori di performance	Predisposizione schede rilevazione benessere organizzativo e somministrazione entro 30.06.2012 Rendicontazione entro 31.12.2012 dei risultati rilevati attraverso l'analisi degli esiti emersi dai questionari somministrati Predisposizione proposte misure di adeguamento rispetto ai condizionamenti negativi 31.12.2012	

Obiettivo Strategico	1.2 Modernizzazione dell'organizzazione interna 1.2.4. Revisione del sistema premiante	1 - Pubblica Amministrazione per le Imprese
Obiettivo Operativo	1.2.4.1 Adozione del nuovo sistema premiante collegato al Ciclo delle Performance	
Indicatori di performance	Elaborazione schema nuovo sistema premiante entro 30.09.2012	

Obiettivo Strategico	1.3 Miglioramento dell'efficienza amministrativa e degli Standard Qualitativi dei Servizi di Supporto 1.3.1 Servizi contabili e diritto annuale	1 - Pubblica Amministrazione per le Imprese
Obiettivo Operativo	1.3.1.1 Riduzione dei tempi medi di pagamento dei fornitori attraverso una maggiore integrazione del servizio contabile con provveditorato, economato e uffici che gestiscono attività di natura commerciale	
Indicatori di performance	Emissione mandati di pagamento forniture entro 7 giorni da provvedimenti liquidazione Percentuale pagamenti entro 30 giorni ricevimento fattura > 90% delle fatture pervenute	
Obiettivo Operativo	1.3.1.2 Sensibilizzazione delle Imprese al pagamento del diritto annuale	
Indicatori di performance	Studio e progettazione di iniziative 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 ed Economato	1 - Pubblica Amministrazione per le Imprese
Obiettivo Operativo	1.3.2.1 Assicurare regolarità e tempestività nell'acquisizione forniture beni e servizi ed esecuzione lavori mediante programmazione annuale	
Indicatore di performance	Predisposizione bozza programmazione acquisti e direttiva procedure per acquisti collaudi e pagamenti entro 30.06.2012	
Obiettivo Operativo	1.3.2.2 Revisione o approvazione di nuovi Regolamenti per la gestione degli immobili e delle attrezzature	
Indicatore di performance	Collaudo forniture entro 7 giorni dal ricevimento fattura (75% fatture pervenute) Provvedimenti liquidazione entro 15 giorni da collaudo forniture.	
Obiettivo Operativo	1.3.2.3 Riduzione dei tempi di pagamento dei fornitori (Max 30 giorni)	
Indicatore di performance	Percentuale pagamenti entro 30 giorni ricevimento fattura > 90% delle fatture pervenute	

Obiettivo Strategico	1.3 Miglioramento dell'efficienza amministrativa e degli Standard Qualitativi dei Servizi di Supporto 1.3.3 Gestione delle Risorse umane	1 - Pubblica Amministrazione per le Imprese
Obiettivo Operativo	1.3.3.1 Predisposizione di un nuovo sistema premiante collegato al Ciclo delle performance e nuovo schema di attribuzione del salario accessorio	
Indicatore di performance	Elaborazione schema nuovo sistema premiante entro 30.09.2012	
Obiettivo Operativo	1.3.3.2 Gestione procedura di reclutamento 2 cat. D.1	
Indicatore di performance	Conclusione procedura entro 31.12.2012	

Obiettivo Strategico	1.3 Miglioramento dell'efficienza amministrativa e degli Standard Qualitativi dei Servizi di Supporto 1.3.4. Staff (Segreteria, programmazione e controllo di gestione)	1 - Pubblica Amministrazione per le Imprese
Obiettivo Operativo	1.3.4.1 Riorganizzazione degli uffici di staff quale struttura unitaria e attribuzione della relativa responsabilità	
Indicatore di performance	Copertura servizi e supporto organi istituzionali Organizzazione agenda mensile con aggiornamento settimanale (Sperimentazione entro 30.06.2012)	



Tipologia	Obiettivo	Area strategica di riferimento
Obiettivo Strategico	2.1. Informazione economica 2.1.1. Attività di studio e divulgazione delle informazioni relative all'economia provinciale e alle opportunità di crescita per le imprese	2 – Territorio e sviluppo locale
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) N. di informazioni diffuse su richiesta specifica	
Obiettivo Operativo	2.1.1.2. Organizzazione Giornata dell'Economia	
Indicatore di performance	Raccolta dati necessari all'elaborazione del rapporto Affidamento esterno elaborazione dati	

Obiettivo Strategico	2.1. Informazione economica 2.1.2. Newsletter	2– Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.1.2.1. Pubblicazione NEWSLETTER con frequenza almeno trimestrale	
Indicatore di performance	N. di newsletter pubblicate > 4 N. di destinatari di newsletter	

Obiettivo Strategico	2.1. Informazione economica 2.1.3. Premio tesi di laurea	2– Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.1.3.1. 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. Diffusione della cultura d'Impresa 2.2.1 Attività formativa: ciclo seminari	2 – Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.2.1.1 Predisposizione programma annuale di eventi/seminari informativi e informativi, con aggiornamento trimestrale	
Indicatore di performance	Predisposizione programma entro 31.3.2012 e aggiornamenti almeno trimestrali N. di partecipanti complessivi agli eventi/seminari N- medio di partecipanti Gradimento dei seminari attraverso schede valutazione dei partecipanti	



Obiettivo Strategico	2.2. Diffusione della cultura d'Impresa 2.2.2. Sportello Impresa	2 – Territorioe sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.2.2.1. Supporto all'impresa e incremento del numero dei contatti	
Indicatore di performance	N. di accessi allo sportello N. di risposte fornite	

Obiettivo Strategico	2.2. Diffusione della cultura d'Impresa 2.2.3. Premio Impresa	2 – Territorioe sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.2.3.1. Rafforzamento del legame tra le Imprese e la Camera, e rafforzamento della collaborazione tra Camera e Associazioni di rappresentanza	
Indicatore di performance	N. di imprese partecipanti N. di Associazioni di categoria coinvolte Attribuzione "Premio Impresa 2011" e indizione premio 2012.	

Obiettivo Strategico	2.2. Diffusione della cultura d'Impresa 2.2.4. Sostegno all'occupazione, incentivi e contributi per finanziare l'occupazione e la formazione (Accordo di Programma MISE/Unioncamere 2010)	2 – Territorioe sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.2.4.1 Formazione di competenze innovative a disposizione del sistema produttivo locale	
Indicatore di performance	N. di ore di formazione N. di seminari formativi N. partecipanti alle attività formative	
Obiettivo Operativo	2.2.4.2 Recupero di valore di capitale umano a rischio di esclusione dal mercato del lavoro	
Indicatore di performance	N. partecipanti alle attività formative N. di Imprese coinvolte	

Obiettivo Strategico	2.2. Diffusione della cultura d'Impresa 2.2.5. Promozione della cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie, e potenziamento nei settori tecnico scientifici (Iniziativa di sistema)	2 – Territorioe sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.2.5.1 Incremento nel raccordo tra formazione e lavoro, circolazione di informazioni, comunicazione e interazione tra le istituzioni operanti in ambito formativo e il mondo del lavoro	
Indicatore di performance	N. di Istituti che aderiscono al progetto e firmano il protocollo d'intesa N. di seminari per gli studenti N. di studenti partecipanti alle attività formative N. di Stage all'estero N. di Stage nel territorio provinciale	

Obiettivo Strategico	2.2. Diffusione della cultura d'Impresa 2.2.6. Green economy, blue economy e sviluppo sostenibile	2 – Territorioe sviluppo locale
Obiettivo	2.2.6.1. Raccolta dati e informazioni su esigenze e fabbisogni delle imprese ed	



Operativo	individuazione delle criticità e potenzialità del territorio;
Indicatore di performance	N. di imprese coinvolte
Obiettivo Operativo	2.2.6.2. Identificazione delle Imprese e delle filiere intersettoriali che potrebbero avviare percorsi di sostenibilità
Indicatore di performance	N. di imprese coinvolte
Obiettivo Operativo	2.2.6.3 Informare, sensibilizzare e supportare le piccole imprese relativamente agli adempimenti previsti dalla normativa cogente e incentivare lo sviluppo di sistemi di gestione ambientale facilitando l'accesso delle imprese alle informazioni ambientali ed energetiche;
Indicatore di performance	N. di imprese coinvolte N. di seminari e di incontri realizzati N. report di auditing

Obiettivo Strategico	2.2. Diffusione della cultura d'Impresa 2.2.7. Reti d'Impresa	2 – Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.2.7.1. Analisi delle esigenze e del contesto territoriale e progettazione delle professionalità necessarie; Realizzazione di seminari e corsi formativi a favore delle imprese interessate, al fine di sensibilizzare ed informare sulla tematica di reti d'impresa	
Indicatore di performance	N. di imprese coinvolte nei seminari informativi N. di imprese direttamente supportate nella costruzione delle reti d'impresa	

Obiettivo Strategico	2.3. Apertura dell'economia locale ai mercati esteri 2.3.1. Sprint	2 – Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.3.1.1. Avvio della struttura organizzativa dello SPRINT Sardegna	
Indicatore di performance	Seminario informativo sullo SPRINT N. di incontri tra i partner dello Sprint	
Obiettivo Operativo	2.3.1.2 Supporto alle imprese attraverso lo sportello SPRINT camerale	
Indicatore di performance	N. di accessi allo sportello	

Obiettivo Strategico	2.3 Apertura dell'economia locale ai mercati esteri 2.3.2. Partecipazione a fiere e ad altre iniziative del sistema camerale	2 – Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.3.2.1. Partecipazione delle Imprese della provincia a iniziative e missioni del sistema camerale all'estero	
Indicatore di performance	N. di Imprese che partecipano a iniziative, fiere e missioni all'estero (N. triennio 2012-2014 > triennio 2009-2011)	



Obiettivo Strategico	2.3 Apertura dell'economia locale ai mercati esteri 2.3.3. Contributi per partecipazione a fiere	2 – Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.3.3.1. Aumento del numero di Imprese della provincia che partecipano a fiere e iniziative promozionali all'estero	
Indicatore di performance	N. di Imprese che fruiscono dei contributi camerale per iniziative, fiere e missioni all'estero (N. triennio 2012-2014 > triennio 2009-2011)	

Obiettivo Strategico	2.3 Apertura dell'economia locale ai mercati esteri 2.3.4. Internazionalizzazione delle PMI. (FdP 2009 – 2010)	2 – Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.3.4.1 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 2012-2014 > triennio 2009-2011. N. di Imprese matricole partecipanti a percorsi di internazionalizzazione N. trasmissione informazioni su iniziative e mercati esteri	

Obiettivo Strategico	2.3 Apertura dell'economia locale ai mercati esteri 2.3.5. INNONAUTICS	2 – Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.3.5.1 Sfruttamento delle opportunità offerte dalla piattaforma <i>nauticaleurope.com</i> da parte delle imprese della provincia	
Indicatore di performance	N. imprese del settore nautico che usufruiscono delle opportunità offerte dalla piattaforma <i>nauticaleurope.com</i>	
Obiettivo Operativo	2.3.5.2 Realizzazione pacchetti turistici previsti da progetto pilota	
Indicatore di performance	Introduzione dei pacchetti sul mercato	

Obiettivo Strategico	2.4 Valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali e rafforzamento della capacità di offerta turistica 2.4.1. Iniziative promozionali con la Camera di Commercio di Nuoro	2 – Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.4.1.1 Realizzazione di iniziative promozionali in collaborazione con la Camera di Commercio di Nuoro , con la quale oltre la fascia dimensionale la nostra Camera di Commercio condivide una estesa contiguità territoriale, una rilevante omogeneità circa le caratteristiche paesaggistiche, ambientali e corografiche dei rispettivi territori, e una non trascurabile vicinanza sul piano della cultura, degli usi e delle tradizioni delle comunità ivi stanziate.	
Indicatore di performance	Numero di Imprese iscritte alla camera di Commercio di Oristano che partecipano alle iniziative promozionali realizzate dalla Camera di Commercio di Nuoro. Numero di Imprese iscritte alla camera di Commercio di Nuoro che partecipano	



	alle iniziative realizzate dalla Camera di Commercio di Oristano. - - N. di marchi d'area adottati > 0
Obiettivo Operativo	2.4.1.2 - Studio e Promozione di marchi d'area in settori economici di comune interesse (Camera di Commercio di Oristano e Nuoro) quali l'agroalimentare e l'artigianato artistico.
Indicatore di performance	N. di marchi d'area adottati > 0

Obiettivo Strategico	2.4 Valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali e rafforzamento della capacità di offerta turistica 2.4.2. Mediterranea	2 – Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.4.2.1. Organizzazione e realizzazione della tradizionale mostra-mercato al fine di promuovere e valorizzare le produzioni tipiche locali	
Indicatore di performance	N. imprese partecipanti, in ragione degli spazi disponibili (triennio 2012-2014 > triennio 2009-2011) N. visitatori coinvolti in ciascuno spazio espositivo (triennio 2012-2014 > triennio 2009-2011)	

Obiettivo Strategico	2.4. Valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali e rafforzamento della capacità di offerta turistica 2.4.3. Le Isole del Gusto	2 – Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.4.3.1. Promozione della qualità nei comparti agroalimentare, enogastronomico e della ristorazione;	
Indicatore di performance	N. imprese coinvolte (triennio 2012-2014 > triennio 2009-2011)	
Obiettivo Operativo	2.4.3.2. Promozione dell'immagine del territorio al fine di attirare nuovi flussi di visitatori interessati alla cultura enogastronomia e al cibo di qualità;	
Indicatore di performance	N. di utenti coinvolti provincia/regione/stato (triennio 2012-2014 > triennio 2009-2011)	

Obiettivo Strategico	2.4 Valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali e rafforzamento della capacità di offerta turistica 2.4.4. Premio Montiferru – Concorso Internazionale per l'olio extravergine di oliva	2 – Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.4.4.1. Valorizzazione e confronto per le produzioni di olio extravergine di oliva	
Indicatore di performance	N. imprese nazionali e internazionali partecipanti al Concorso (triennio 2012-2014 > triennio 2009-2011)	
Obiettivo Strategico	2.4 Valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali e rafforzamento della capacità di offerta turistica 2.4.5. SardegnaCavalli	2 – Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.4.5.1. Valorizzare l'allevamento equino in Sardegna e potenziarne la valenza attraverso il sostegno agli eventi di "esposizione" e promozione del cavallo e dei prodotti ad esso collegati	
Indicatore di	N. di iniziative inserite in SardegnaCavalli	



performance	N. di visitatori alle iniziative (triennio 2012-2014 > triennio 2009-2011) N. di Imprese coinvolte (triennio 2012-2014 > triennio 2009-2011)
Obiettivo Operativo	2.4.5.2. Promuovere l'immagine della Provincia di Oristano e attrarre nuovi flussi di visitatori interessati al mondo del cavallo, al patrimonio storico-artistico-ambientale del territorio ed alla tipicità e qualità delle produzioni agroalimentari;
Indicatore di performance	N. di pacchetti turistici collegati all'iniziativa N. visitatori (triennio 2012-2014 > triennio 2009-2011) N. di presenze turistiche collegate agli eventi (n. pacchetti venduti)

Obiettivo Strategico	2.4 Valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali e rafforzamento della capacità di offerta turistica 2.4.6. Sostegno ad iniziative di settore	2 – Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.4.6.1. Integrazione delle iniziative di promozione realizzate nel territorio	
Indicatore di performance	N. di iniziative realizzate Misura del rapporto tra fondi camerale dedicati e spesa totale (triennio 2012-2014 > triennio 2009-2011)	

Obiettivo Strategico	2.4 Valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali e rafforzamento della capacità di offerta turistica 2.4.7. Politiche della qualità: Certificazione Ospitalità Italiana (FdP 2009 – 2010)	2 – Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.4.7.1. Realizzazione percorsi volti alla qualificazione delle imprese turistiche e dei settori di eccellenza attraverso l'utilizzo di strumenti quali la certificazione di qualità.	
Indicatore di performance	N. di giornate di informazione e formazione alle imprese sui temi della certificazione di qualità > 2	
Obiettivo Operativo	2.4.7.2. Consolidamento e promozione della qualità dell'ospitalità in provincia di Oristano	
Indicatore di performance	N. imprese coinvolte (triennio 2012-2014 > triennio 2009-2011) N. Imprese insignite del marchio	

Obiettivo Strategico	2.4 Valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali e rafforzamento della capacità di offerta turistica 2.4.8. Qualità del Made in Italy: azioni promozionali e formazione operatori (FdP 2009 – 2010)	2 – Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.4.8.1 Formazione di figure professionali di assistenza al comparto produttivo agroalimentare e al settore turistico-ricettivo	
Indicatore di performance	N. figure professionali formate	
Obiettivo Operativo	2.4.8.2 Rafforzamento del ruolo della camera di commercio come soggetto in grado di assistere le imprese nello sviluppo di comportamenti innovativi	
Indicatore di performance	N. imprese coinvolte	



Obiettivo Strategico	2.4 Valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali e rafforzamento della capacità di offerta turistica 2.4.9. Dieta Mediterranea: azioni di valorizzazione delle produzioni agroalimentari ed enogastronomiche tipiche italiane	2 – Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.4.9.1 Promozione della "Dieta Mediterranea"	
Indicatore di performance	N. imprese e operatori coinvolti	
Obiettivo Operativo	2.4.9.2 Formazione operatori del settore	
Indicatore di performance	N. iniziative formative realizzate N. operatori del settore coinvolti	

Obiettivo Strategico	2.5.Incremento strutturale e funzionale degli uffici e degli spazi camerale per le Imprese 2.5.1. Centro Servizi per le Imprese e Nuova Sede camerale	2 – Territorio e sviluppo locale
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 affidamento lavori 1° lotto il 2012	

Obiettivo Strategico	2.5.Incremento strutturale e funzionale degli uffici e degli spazi camerale per le Imprese 2.5.2. Fruibilità dei servizi nelle attuali sedi camerale	2 – Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.5.2.1 Realizzazione lavori rifacimento servizi igienici presso sala conferenze	
Indicatore di performance	Conclusione lavori entro 31.12.2012	

Obiettivo Strategico	2.5.Incremento strutturale e funzionale degli uffici e degli spazi camerale per le Imprese 2.5.3. Adeguamento delle dotazioni strumentali	2 – Territorio e sviluppo locale
Obiettivo Operativo	2.5.3.1 Acquisto beni strumentali necessari allo svolgimento delle attività di servizio entro 90 giorni dalla segnalazione dell'esigenza	
Indicatore di performance	Rispetto dei tempi (acquisto entro 30 gg. da richiesta)	



Tipologia	Obiettivo	Area strategica di riferimento
Obiettivo Strategico	3.1 Potenziamento dei servizi di Regolazione del Mercato 3.1.1. Incremento dei servizi di Regolazione del Mercato	3 - Regolazione del Mercato
Obiettivo Operativo	3.1.1.1 Svolgimento dei servizi Regolazione del mercato in forma associata con la Camera di Commercio di Nuoro	
Indicatore di performance	Avvio gestione associata servizi Regolazione mercato entro 30.06.2012	
Obiettivo Operativo	3.1.1.2 Avviamento nuovi servizi	
Indicatore di performance	N. nuovi servizi avviati entro 31.12.2012	
Obiettivo Strategico	3.1 Potenziamento dei servizi di Regolazione del Mercato 3.1.2. Metrologia legale – Banca dati Eureka	3 - Regolazione del Mercato
Obiettivo Operativo	3.1.2.1 informatizzazione del servizio e integrazione con il sistema contabile	
Indicatore di performance	Utilizzo a regime Banca dati Eureka	
Obiettivo Strategico	3.1 Potenziamento dei servizi di Regolazione del Mercato 3.1.3. Progetto S.VI.M. – Sicurezza, Vigilanza, Mercato.	3 - Regolazione del Mercato
Obiettivo Operativo	3.1.3.1. Incremento delle attività di vigilanza e controllo nell'ambito della sicurezza prodotti	
Indicatore di performance	N. Controlli effettuati nell'ambito della sicurezza prodotti (triennio 2012-2014 > triennio 2009-2011)	
Obiettivo Strategico	3.1 Potenziamento dei servizi di Regolazione del Mercato 3.1.4. Avvio attività sportello di mediazione civile. Gestione informatica dell'attività	3 - Regolazione del Mercato
Obiettivo Operativo	3.1.4.1. Avvio dell'attività dell'Organismo di Mediazione, informatizzazione del servizio e attività informativa.	
Indicatore di performance	N. iniziative informative sulla mediazione civile > 2 N. richieste mediazione civile N. mediazioni avviate/N. mediazioni a buon fine N. mediazioni con strumento informatico	
Obiettivo Strategico	3.1 Potenziamento dei servizi di Regolazione del Mercato 3.1.5. Attività formativa e informativa sui Contratti – Tipo e sul loro utilizzo	3 – Regolazione del Mercato
Obiettivo Operativo	3.1.5.1 Predisposizione dei Contratti-Tipo con il coinvolgimento delle Associazioni di Categoria e promozione dell'utilizzo degli stessi.	
Indicatore di performance	N. iniziative informative nell'ambito dei Contratti – Tipo (2012-2014) > N. iniziative informative nell'ambito (2009-2011) N. Contratti – Tipo (2012-2014) > N. Contratti – Tipo (2009-2011) resi disponibili per l'utenza >3	



Obiettivo Strategico	3.1 Potenziamento dei servizi di Regolazione del Mercato 3.1.6. Osservatorio sui prezzi.	3 – Regolazione del Mercato
Obiettivo Operativo	3.1.6.1 Incremento numero settori economici monitorati	
Indicatore di performance	N. settori economici monitorati $t > (t-1)$	
Obiettivo Operativo	3.1.6.2 Diffusione informativa prezzi monitorati	
Indicatore di performance	Periodicità Pubblicazione prezzi monitorati $t > (t-1)$	
Obiettivo Operativo	3.1.6.3 Qualità degli elaborati pubblicati	
Indicatore di performance	Pubblicazioni corredate da tabelle e grafici $t > (t-1)$	

Obiettivo Strategico	3.1 Potenziamento dei servizi di Regolazione del Mercato 3.1.7. Organismo di controllo dei vini DOC E IGT	3 - Regolazione del Mercato
Obiettivo Operativo	3.1.7.1 Consolidamento e ampliamento del ruolo camerale nell'attività di controllo dei vini sardi a D.O.C.	
Indicatore di performance	Presentazione candidatura per l'attività di O. di C. Vini a D.O. e I.G.T.	

Tipologia	Obiettivo	Area strategica di riferimento
Obiettivo Strategico	4.1.Rafforzamento della Trasparenza attraverso la redazione del Programma Triennale 4.1.1. Programma Triennale per la Trasparenza e l'Integrità	4 – Trasparenza, Dialogo, Comunicazione
Obiettivo Operativo	4.1.1.1. Attuazione del Programma Triennale per la trasparenza e l'integrità.	
Indicatore di performance	Monitoraggio trimestrale attuazione programma	

Obiettivo Strategico	4.2. Miglioramento della qualità del sito camerale 4.2.1.Miglioramento della comunicazione esterna attraverso una migliore gestione del sito internet	4 – Trasparenza, Dialogo, Comunicazione
Obiettivo Operativo	4.2.1.1. Aggiornamento dei dati pubblicati con cadenza almeno bimestrale	
Indicatore di performance	N. aggiornamenti sito > 26 N. verifiche dei contenuti del sito > 12	
Obiettivo Operativo	4.2.1.2. Inserimento sul sito web di tutta la modulistica relativa all'attività della Camera.	
Indicatore di performance	Scaricabilità di tutta la modulistica entro 30.06.2012	



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. Redazione dei documenti del Piano contestualmente alla redazione dei documenti di programmazione previsti dal decreto 254/05 (ciclo di pianificazione delle Camere di Commercio) per la condivisione delle aree strategiche e degli obiettivi strategici.
5. Compilazione delle schede relative agli obiettivi strategici sulla base dei documenti di programmazione.
6. Verifica della coerenza tra obiettivi strategici e obiettivi operativi, come precedentemente definiti.
7. Stesura finale 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, la produzione del Piano delle Performance contestualmente al ciclo di programmazione previsto dal decreto 254/05 ha consentito la piena condivisione delle aree strategiche di intervento della Camera di Commercio e degli obiettivi strategici definiti al loro interno.

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

In relazione al prossimo ciclo di programmazione (fine 2012 in funzione dell'anno 2013), la Camera di Commercio di Oristano si propone di intervenire ulteriormente sul Ciclo della performance per armonizzare il sistema di Valutazione del Personale con le previsioni del Dlgs 150/09, oltre che per eventuali interventi di manutenzione.