



Camera di Commercio  
Viterbo



# Relazione sulla performance 2019

Approvato con delibera di Giunta camerale n. 5.21 del 25.06.2020

## Premessa

La relazione sulla *performance*, prevista dall'articolo 10, co. 1, lettera b), del D.Lgs. n. 150/2009 e s.m.i., è lo strumento mediante il quale l'Amministrazione illustra ai cittadini e a tutti gli altri stakeholders, interni ed esterni, i risultati ottenuti con la gestione dell'anno precedente.

Più specificatamente con la *Relazione* sono rendicontati i risultati organizzativi e individuali raggiunti rispetto agli obiettivi e alle risorse programmati, con la rilevazione degli eventuali scostamenti, l'analisi delle cause e l'indicazione delle misure correttive da adottare.

La *Relazione* costituisce quindi la fase finale del "*ciclo di gestione della performance*", durante la quale la Camera di Commercio misura e valuta la propria capacità di pianificare e raggiungere gli obiettivi, analizza i risultati raggiunti e utilizza quanto emerso da tale valutazione per migliorare il successivo ciclo della *performance*.

Oltre al suo valore strumentale e gestionale, la *Relazione* costituisce anche la concretizzazione del principio della trasparenza che rappresenta uno dei pilastri su cui si basa la riforma della P.A..

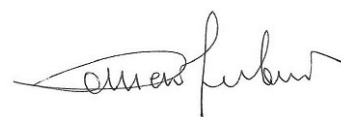
La Camera di Commercio di Viterbo ha fatto della trasparenza il principio fondamentale su cui impostare la propria politica già da diversi anni, precorrendo gli obblighi derivanti dalla riforma.

La trasparenza costituisce il livello essenziale delle prestazioni erogate dalle Amministrazioni Pubbliche secondo quanto previsto dall'articolo 117, co. 2, lett. m, della Costituzione, intesa come "*accessibilità totale delle informazioni concernenti l'organizzazione, la gestione, l'utilizzazione delle risorse, i risultati dell'attività*", secondo il paradigma della libertà di informazione, dell'*open government* di origine statunitense, al fine di favorire forme diffuse di controllo del rispetto dei principi di buon andamento ed imparzialità.

La trasparenza è anche il mezzo mediante il quale prevenire ed eventualmente palesare situazioni in cui possono annidarsi forme di illecito e di conflitto di interessi, quindi strumento essenziale per *la lotta alla corruzione e alla illegalità*.

Il *Piano della Performance* e la *Relazione*, unitamente al Programma Triennale per la Trasparenza, al Piano triennale Anticorruzione, si collocano tra gli strumenti utilizzati dall'Ente Camerale per garantire ai propri stakeholders la conoscibilità del proprio operato in termini di *mission*, servizi erogati e risorse utilizzate rappresentando la concreta attuazione della così detta *accountability* ovvero della rendicontazione in modo leggibile e trasparente delle priorità, degli interventi programmati e dei risultati conseguiti.

*Il Presidente*  
**Domenico Merlani**



# 1. ANALISI DEL CONTESTO E DELLE RISORSE

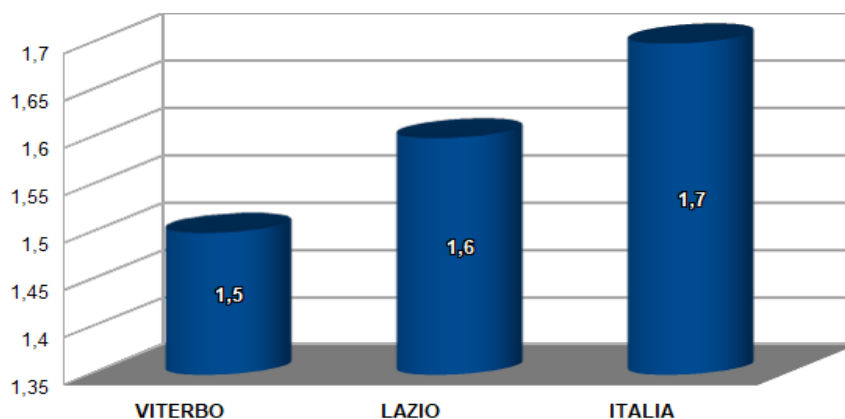
Partendo dall'indicatore di sintesi per eccellenza in grado di fotografare l'andamento economico di un territorio, il valore aggiunto, che rappresenta la capacità del sistema locale di produrre ricchezza, si attesta per la provincia di Viterbo nel 2018 a 5.956,8 milioni di euro (dato disponibile). La variazione con il 2017 è stata del +1,5%, in linea con lo scorso anno, leggermente inferiore all'incremento registrato per l'economia regionale (+1,6%) e nazionale (+1,7%).

La crescita del PIL in Italia è dovuto per una parte dall'incremento dell'export ed una parte, lievemente inferiore, dalla domanda interna. La provincia di Viterbo dopo il dato negativo delle esportazioni del 2017 e del 2018 ha fatto registrare un aumento rispetto al 2018 del 2,3%: +3,8% verso i paesi extra Ue e +1,1% verso i paesi Ue.

Accanto alle esportazioni l'economia viterbese registra una variazione positiva delle importazioni (+1,7%).

A prescindere dall'andamento nel tempo, occorre evidenziare il ritardo dell'economia della provincia di Viterbo, con il valore aggiunto pro-capite di molto inferiore alla media nazionale (18.762 a Viterbo contro 26.034 in Italia), che mette in luce una minore capacità del sistema produttivo provinciale di produrre ricchezza. Alcuni fattori alla base di questo ritardo sono riconducibili alle caratteristiche e vocazioni del sistema produttivo locale, alla conformazione territoriale e urbanistica, alla dotazione infrastrutturale nonché alla localizzazione geografica.

Variazione del valore aggiunto a prezzi correnti in provincia di Viterbo, Lazio e Italia 2017-2018 (in %)



Fonte: Elaborazione su dati ISTAT

Dal punto di vista del sistema produttivo, l'economia locale presenta una significativa concentrazione in attività tradizionali, meno capaci di produrre valore aggiunto rispetto ai comparti più innovativi e avanzati, ma soprattutto l'elevata frammentazione del sistema imprenditoriale è la componente che più di altre sta frenando gli investimenti, la capacità innovativa e il livello di internazionalizzazione; nella provincia di Viterbo, le piccole imprese dell'industria e del terziario rappresentano in termini di addetti oltre il 90% circa del sistema produttivo a fronte di un dato nazionale più contenuto. La presenza di un sistema frammentato, insieme ad altri fattori, contribuisce alle minori opportunità di lavoro che il tessuto produttivo è in grado di offrire, con effetti sull'occupazione e sulla disoccupazione, per i quali la provincia di Viterbo risulta in ritardo rispetto alla media italiana.

All'interno di questo quadro di difficoltà, l'economia provinciale presenta alcune opportunità di crescita e di riposizionamento. Partendo dal tradizionale settore primario troviamo le produzioni di qualità della filiera agro-alimentare, che vanno sostenute e valorizzate e che è quello che sta dando i migliori frutti anche sul fronte dell'apertura verso nuovi mercati. L'altro aspetto sicuramente rilevante da evidenziare è la crescente vocazione turistica, testimoniata dalla dinamica positiva degli arrivi e delle presenze e da un sistema in grado di intercettare una crescente domanda di turismo naturalistico e del "benessere". Non è da trascurare il rilevante patrimonio storico e culturale, grazie alle numerose risorse presenti, ma anche la possibilità di disporre di un'ottima offerta enogastronomica che si sta strutturando per essere in grado di andare incontro alle diverse tipologie di domanda turistica. Per gestire al meglio questa tendenza è oggi necessario investire sull'offerta ricettiva ancorata a livelli lontani da territori ad alta vocazione turistica. Sicuramente un altro tema provinciale da non trascurare è il buon andamento dell'industria ceramica prevalentemente concentrata nel Distretto di Civita Castellana. Ormai da due anni il segno più in termini di export è molto incoraggiante e anche se nel comparto continua la fase di ristrutturazione si guarda al futuro con fiducia soprattutto per quanto riguarda i mercati internazionali ma in attesa di una buona ripresa della domanda interna.

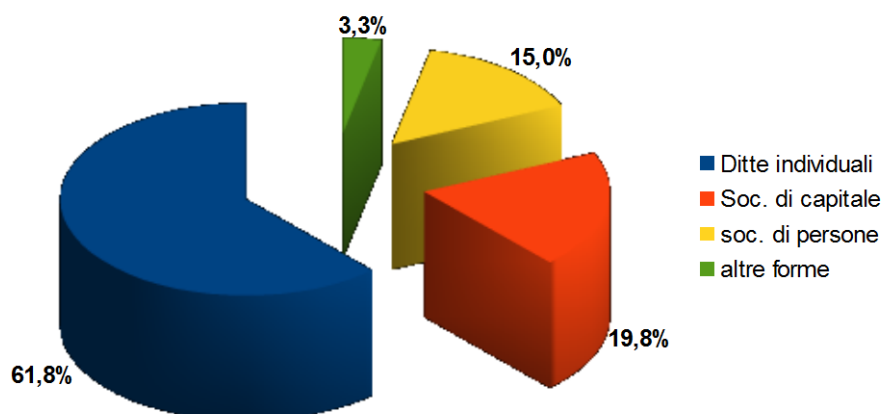
### **IL SISTEMA IMPRENDITORIALE**

Le imprese registrate nel viterbese a fine 2019 ammontano a 37.831, a fronte di 662.514 registrate nel Lazio e 6.091.971 registrate in Italia.

Le imprese attive sono 32.972, mentre le localizzazioni registrate (imprese e unità locali) raggiungono complessivamente quota 45.229 (n. 40.050 attive). L'analisi dell'andamento demografico delle imprese nel corso del 2019 evidenzia un bilancio positivo, con un saldo tra iscrizioni e cancellazioni pari a + 169 imprese. Le iscrizioni sono state 2.142 (pari ad un tasso di natalità del 5,6%), mentre le cancellazioni (al netto delle cancellazioni d'ufficio) sono state 1.973, con un tasso di mortalità del 5,2%; il tasso di crescita è pari a +0,45% al netto delle cancellazioni d'ufficio.

La distribuzione percentuale delle imprese registrate tra i diversi settori economici evidenzia che il settore più rappresentativo è quello dell'agricoltura, dove si concentrano 11.864 imprese, grazie alle numerose coltivazioni e produzioni di qualità che offre il territorio, seguito dal commercio (7.921 imprese) e dalle costruzioni (4.864 imprese). Il manifatturiero conta 2.062 imprese, mentre i servizi di alloggio e ristorazione incidono per il 6,3% (2.380 imprese). Nel corso degli ultimi anni si è registrato un graduale e costante mutamento del sistema produttivo nazionale, con le imprese sempre più orientate a costituirsi o trasformarsi in società con una forma giuridica più strutturata, come le società di capitali rispetto alle più semplici imprese individuali o società di persone. Tale processo ha interessato anche la provincia di Viterbo. Le società di capitali nel 2019 rappresentano il 19,8% del totale delle imprese registrate a fronte del 18,8% dell'anno 2018. In diminuzione l'incidenza percentuale relativa alle società di persone e alle imprese individuali rispetto al totale delle imprese. Nonostante tale processo, il sistema imprenditoriale provinciale risulta ancora composto prevalentemente dalle imprese individuali che rappresentano, in termini numerici, il 61,8% del sistema imprenditoriale, un valore superiore alla media regionale (41%) e nazionale (51,7%); tale caratterizzazione è legata, in larga misura, alla forte vocazione agricola, settore che tende ad utilizzare quasi esclusivamente questa forma giuridica. Infatti, l'86,9% delle imprese operanti in tale settore è costituito in forma di impresa individuale. Prediligono invece la forma di società di capitale le imprese operanti nel settore dei servizi (attività immobiliari, professionali, sanità e assistenza sociale, energia elettrica, acqua, gas).

## Distribuzione delle imprese registrate nel 2019 in provincia di Viterbo per natura giuridica in %



*Fonte: Elaborazione su dati Movimprese*

La provincia di Viterbo, pur non presentando una spiccata vocazione industriale registra, al suo interno, una importante tradizione manifatturiera legata in parte a concentrazioni produttive, come nel caso del distretto della ceramica di Civita Castellana che, per anni, ha giocato un ruolo importante nelle dinamiche economiche locali, e, in parte, alle risorse del territorio, come per l'industria alimentare collegata alla vocazione agricola della provincia.

Nel complesso il settore che conta il maggior numero di aziende è quello dell'industria alimentare che conta 442 imprese pari al 21,4% delle imprese registrate del comparto manifatturiero provinciale. Seguono le imprese impegnate nella fabbricazione dei prodotti in metallo (17%), quelle del legno (13,8%) e della lavorazione dei minerali (12,2%).

Sono 7.224 le imprese artigiane registrate a fine 2019 in provincia di Viterbo. Oltre che nelle costruzioni (3.291 imprese), le attività artigiane sono prevalentemente presenti nel manifatturiero (1.306 imprese) e nelle altre attività di servizi (1.050 imprese). La presenza di imprese artigiane è dunque "trasversale" rispetto ai diversi settori economici, pesando complessivamente per il 19,1%.

Le imprese artigiane hanno registrato negli ultimi anni un ridimensionamento superiore rispetto agli altri settori.

Particolarmente interessanti risultano i dati relativi a tre specifici target di imprenditori, le donne, i giovani e gli stranieri, che rappresentano rispettivamente il 27,6%, il 8,8% e il 7,3% del sistema imprenditoriale viterbese.

Partendo dalla componente femminile, le imprese iscritte alla Camera di Commercio al 31/12/2019 sono 10.444, il 27,6% delle imprese registrate, un dato ampiamente superiore alla media regionale (22,1%) e nazionale (22%). Le imprese femminili si concentrano prevalentemente nel settore dell'agricoltura (complessivamente il 38,9%), nel commercio (21,9%), nei servizi di alloggio e ristorazione (7,9%) e nelle altre attività di servizi (7,3%). In termini dinamici, nella provincia di Viterbo, si rileva nel corso dell'ultimo anno una diminuzione del numero di imprese femminili pari al -0,2% mentre nella Regione Lazio c'è stato un incremento (+0,9%) e a livello nazionale +0,2%.

Il secondo target di imprenditori osservato è quello dei giovani, che rappresenta, anch'esso, una componente importante e spesso innovativa del sistema imprenditoriale provinciale. Anche in termini

numerici questa componente è tutt'altro che irrilevante e rappresenta sicuramente una componente fondamentale per le prospettive future dell'economia viterbese. Le imprese registrate giovanili sono nel viterbese 3.341, pari, come precedentemente osservato al 8,8% del sistema imprenditoriale provinciale, un dato in linea con la media regionale (8,9%) e nazionale (9,2%).

I settori dove maggiormente si concentrano le imprese "under 35" sono quelli dell'agricoltura nel complesso (24,2%), quello del commercio (23,5%) e del turismo (10%).

Si rileva per le imprese giovanili una contrazione rispetto all'anno 2018 pari a -1,5% comunque più contenuta rispetto al dato regionale (-2,7%) e nazionale (-2,6%).

Al 31 dicembre 2019 le imprese straniere sono 2.748 pari al 7,3% delle imprese registrate alla Camera di Commercio di Viterbo. Il peso delle imprese straniere sta crescendo nel Viterbese (+2,9%) così come a livello regionale (+2,9%) e nazionale (+2,3%), segno di una progressiva, anche se complicata, integrazione di questa componente della popolazione all'interno dei processi economici e produttivi. L'attività di impresa degli stranieri sembra concentrarsi principalmente in due settori economici, rappresentati dal commercio (34,7%) e dalle costruzioni (26,9%); in questi due comparti sono presenti infatti circa il 70% delle imprese straniere che operano nel viterbese. Decisamente più contenuta, la presenza nell'agricoltura (8,5%), e nei servizi complessivamente intesi (21,3%), settore che sta comunque aumentando il suo appeal nei confronti degli stranieri.

Le variazioni maggiormente positive riguardano proprio i settori più significativi per l'imprenditoria straniera, in particolare le costruzioni con un +4,8%, l'agricoltura +3,5% e gli altri servizi +5,3%.

Una ulteriore spinta alla crescita imprenditoriale del territorio deriva dallo sviluppo delle reti di Impresa. La Rete di impresa è un accordo, formalizzato in un "Contratto di rete", basato sulla collaborazione, lo scambio e l'aggregazione tra imprese e rappresenta un modello di business alternativo rispetto a quello individualistico e frammentato del nostro tessuto economico.

Le Reti di impresa consentono alle imprese di mettere in comune una sorta di "piattaforma organizzativa" che ne rafforza la competitività, permettendo loro attività come l'internazionalizzazione e l'innovazione, altrimenti precluse alle imprese più piccole, e possono diventare un efficace strumento per affrontare la sfida globale.

Si tratta di uno strumento con il quale più imprese perseguono l'obiettivo di accrescere la propria competitività e capacità di innovazione attraverso un "programma comune" con cui le stesse si impegnano a collaborare attraverso lo scambio di informazioni e prestazioni di natura industriale, commerciale, tecnica e/o tecnologica.

Attraverso tale modello di aggregazione, si intende dare certezza giuridica a forme di collaborazione nate spontaneamente tra imprese che, pur rimanendo indipendenti, potranno realizzare dei progetti comuni. Sono 1236 le imprese coinvolte nella provincia in 109 contratti di rete. Di queste imprese risulta che il 4,6% opera nel settore dell'agricoltura/pesca, lo 0,2% in altri settori, il 2,8% nel commercio, il 2,3% nell'industria/artigianato, l'89,4% nei servizi e lo 0,6% nel turismo.

## **DINAMICHE DEMOGRAFICHE E MERCATO DEL LAVORO**

Un aspetto importante nell'analisi economica di un territorio è rappresentato dalle caratteristiche e dalle dinamiche demografiche, per gli effetti in termini di domanda di beni e servizi e di capacità produttiva; la provincia di Viterbo al primo gennaio 2019 conta 317.030 abitanti all'interno di un sistema di realtà locali altamente frammentato.

Oltre ad una elevata frammentazione territoriale occorre sottolineare anche una elevata anzianità della popolazione come si evince dall'osservazione degli indicatori di struttura demografica; la popolazione con 0-14 anni rappresenta appena il 12,1% (a fronte del 13,3% regionale) mentre quella con 65 e oltre il 23,9% (contro il 21,7% del Lazio).

Elevato è anche l'indice di struttura pari a 145,5, che indica il grado di invecchiamento della popolazione attiva, elemento da non sottovalutare che genera un impatto economico rilevante, costituito dal rapporto tra la popolazione di 40-64 anni e quella con 15-39 anni. Un effetto dell'elevata età media e dell'alta concentrazione di popolazione con età anziana è la presenza di un saldo naturale fortemente negativo nel corso degli ultimi cinque anni (-5,5 per mille nel 2018) che sta portando ad un graduale ridimensionamento della popolazione italiana. Negativo il tasso di crescita totale, -3,7 per mille, nonostante la positività del saldo migratorio totale, +1,8 per mille.

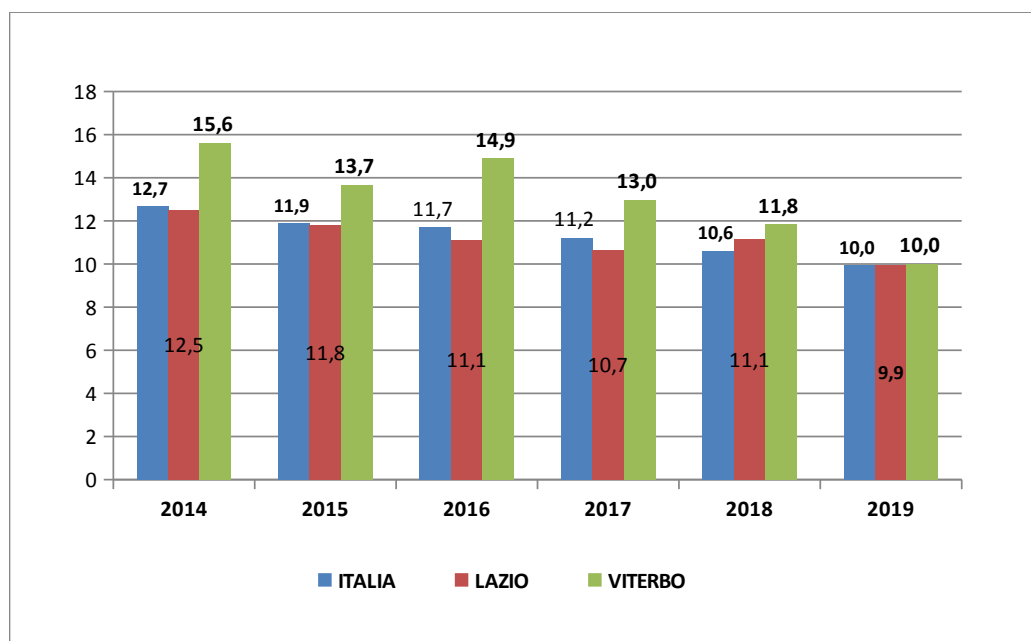
In crescita la popolazione straniera, che rappresenta oltre il 10% di quella complessiva.

Il mercato del lavoro locale in questi ultimi anni ha risentito degli effetti della crisi economica facendo registrare, a partire dal 2011 un graduale ridimensionamento.

Soltanto nel 2014 l'occupazione provinciale ha iniziato ad evidenziare segnali di crescita (+7,3%) per poi diminuire in maniera preoccupante, anno 2015 (-0,9%), anno 2016 (-1,8%), anno 2017 (-0,4%), anno 2018 (-1,3%) e nell'anno 2019 (-1,8%). Per quanto riguarda la disoccupazione si registra una costante diminuzione dal 2017 pari a -15,3%, nel 2018 -11,1% ed anche nel 2019 con un -18,6%. I disoccupati nella provincia di Viterbo sono 12.642.

La dinamica del mercato del lavoro si riflette sui diversi indicatori, con il tasso di occupazione che progressivamente scende, dal 56,3% del 2017, al 55,9% nel 2018 fino al 54,7% nel 2019. Scende anche il tasso di disoccupazione dal 13% del 2017, 11,8% nel 2018 al 10% nel 2019.

Andamento del tasso di disoccupazione in provincia di Viterbo, Lazio e Italia 2014-2019; in %



Fonte: Elaborazione su dati ISTAT

Per quanto riguarda le differenze di genere abbiamo la diminuzione del tasso di disoccupazione femminile che passa dal 12,4% del 2018 al 10,6% nel 2019, diminuzione che ha interessato anche la componente maschile dal 11,5% del 2018 al 9,6% del 2019.

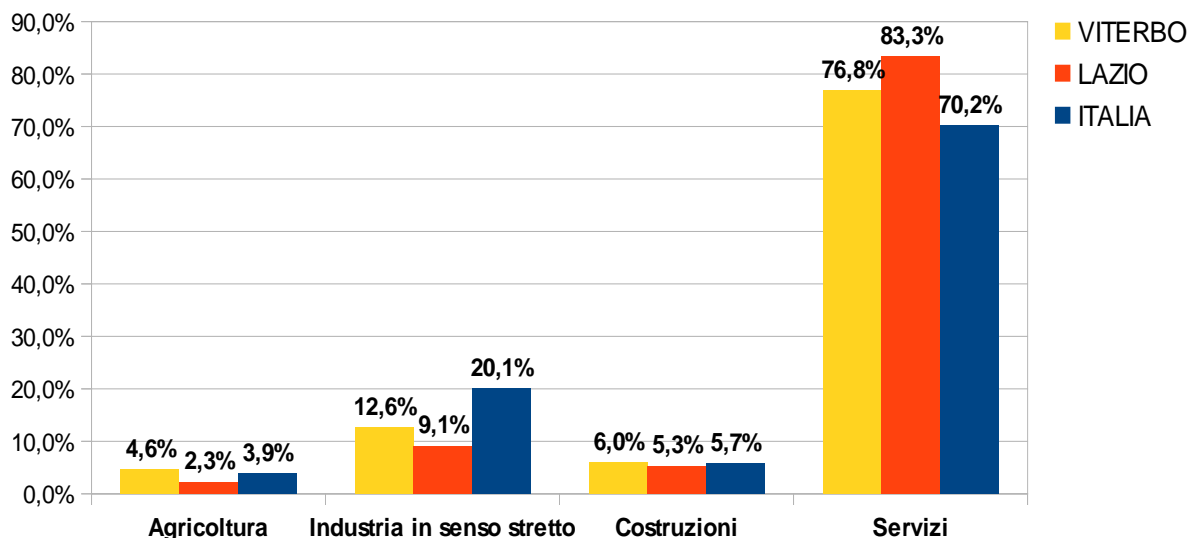
Il tasso di occupazione scende sia per la componente femminile (dal 46,1% del 2018 al 45% del 2019) che per quella maschile (dal 65,7% del 2018 al 64,4% del 2019). Permane comunque una penalizzazione della donna nel mondo del lavoro che è evidente se si guarda il tasso di attività. Quest'ultimo rappresenta l'offerta di lavoro da parte della popolazione: per gli uomini è pari a 71,4%, era 74,3% nel 2018, superiore a quello delle donne 50,5% nel 2019 era 52,8 nel 2018.

In questo contesto occorre evidenziare come le differenze di genere registrate nella provincia di Viterbo riflettono una situazione ampiamente diffusa su larga parte del territorio regionale e nazionale.

L'articolazione settoriale consente di rilevare le vocazioni economiche del territorio e il contributo di ciascuno di essi all'occupazione della forza lavoro. I dati relativi agli occupati per settore di attività confermano la forte connotazione terziaria del sistema economico viterbese, con i servizi che concentrano il 77% circa della forza lavoro, mentre l'industria in senso stretto assorbe il 13% della forza lavoro, ed il settore delle costruzioni il 6%; l'agricoltura conta il 4,6% della forza lavoro impegnata.

In termini dinamici è possibile rilevare rispetto al 2018 una diminuzione dei lavoratori nell'agricoltura (-14%), nelle costruzioni (-6,5%), mentre nei servizi la diminuzione degli occupati è dell'1,1%. Soltanto nell'industria in senso stretto si registra una crescita del +1,6% del numero degli occupati.

Articolazione settoriale della forza lavoro in provincia di Viterbo, Lazio e Italia (2019; in %)



Fonte: Elaborazione su dati ISTAT

## IL COMMERCIO ESTERO

Il commercio con l'estero rappresenta da sempre una variabile importante per l'economia italiana e, in particolare, per l'andamento delle economie provinciali. Nel 2019 le esportazioni italiane sono cresciute rispetto al 2018 del 2,3%: +3,8% verso i paesi extra Ue e +1,1% verso i paesi Ue.

La Regione Lazio, con una crescita dell'export del +15,3%, è stata una delle regioni italiane che ha maggiormente contribuito alla crescita delle esportazioni nazionali.

Per quanto riguarda la provincia di Viterbo, dopo un lungo e positivo aumento che ha caratterizzato le esportazioni del territorio dal 2012 al 2015 (nel 2012 si registrò un +19,8%, nel 2013 +5,1%, nel 2014 +14,4% e nel 2015 un +13,8%), dal 2016 al 2018, con le esportazioni viterbesi che hanno subito una flessione nel 2016 pari al -4,4%, nel 2017 del -3,4% e nel 2018 del -8,0%. Finalmente nel 2019 l'export è tornato a crescere, facendo segnare un +2,3%.

Rispetto agli ultimi anni, anche la domanda interna nella Tuscia riprende a crescere, con un andamento delle importazioni che registra un aumento del 1,7% nel 2019 rispetto all'anno precedente. Inoltre, il saldo della bilancia commerciale rimane positivo, indice di un'economia comunque poco dinamica che stenta ad impostare un'importante segnale di crescita. In Italia, le importazioni tra il 2019 ed il 2018 sono diminuite dello 0,7%, mentre nella regione Lazio le stesse sono aumentate del 1,2%.

Andando ad analizzare i singoli settori tra il 2019 ed il 2018 in provincia di Viterbo è possibile rilevare quanto segue: il comparto agroalimentare, dopo la performance negativa dello scorso anno, registra una leggera ripresa delle esportazioni +2,4%, con i prodotti agricoli che aumentano la loro quota di export del



6% circa mentre per i prodotti agricoli trasformati permane il segno meno, (-3,2%). L'andamento positivo del settore agricolo è da attribuire alla crescita dell'export dei prodotti delle colture permanenti (+8,1%) mentre il calo del comparto della trasformazione è da imputare principalmente alla diminuzione dell'export di frutta e ortaggi lavorati (-5,9%), dei prodotti lattiero-caseari (-6,8%) e dei prodotti della lavorazione di graniglie ed amidi (-10,6%). Positivo l'export per la carne lavorata (+23,4%) e per gli altri prodotti alimentari (+69%) anche se i valori complessivi sono bassi. Il comparto agroalimentare mantiene comunque una importante quota nelle esportazioni totali provinciali con il 29% dell'export totale. Per l'intero settore manifatturiero l'export 2019 mostra una leggera crescita, +0,6% dopo il -4,1% dello scorso anno.

Analizzando i settori più rappresentativi troviamo un segno meno oltretutto per i prodotti della lavorazione alimentare, come detto (-3,2%), anche per l'industria del legno e carta (-31,6%), per computer ed apparecchi elettronici (-31,9%) e per i macchinari e apparecchi n.c.a. (-7,9%). Si arresta il trend positivo del comparto ceramico, -4,5%, che comunque mantiene una buona quota pari al 34% dell'export complessivo provinciale mentre nel 2015 aveva toccato un minimo del 25,2%. All'interno del comparto ceramico il segno meno colpisce i prodotti in ceramica (-6,5%) mentre sono in crescita le esportazioni di articoli in materie plastiche (+10,6%) e le pietre tagliate (+4,8%).

Positiva la variazione dell'export per l'importante industria tessile (+17,5%) che raggiunge il 16% dell'export provinciale, così come per le sostanze e prodotti chimici (+20,9%), dei prodotti in metallo (+2,3%) e per gli altri prodotti delle attività manifatturiere (+5,5%).

Tornando alle esportazioni, quelle viterbesi sono concentrate prevalentemente in Europa (77,3%) come avviene, anche se con percentuali minori, per larga parte dell'economia italiana. Ciò è senz'altro dovuto alla minore distanza fisica e culturale, ma anche per una maggiore facilità degli scambi derivante dai benefici del mercato comune.

Tra i paesi i principali mercati di sbocco sono concentrati in Germania (15,5%) e in Francia (14,5%), seguiti a distanza dalla Slovenia (10,1%), dall'Austria (5,5%), la Spagna (5%), la Svizzera (4%) e il Regno Unito (3,8%). In questi sette Paesi insieme si concentrano il 56,8% delle esportazioni provinciali, un dato particolarmente elevato che evidenzia una concentrazione delle vendite all'estero da parte delle imprese locali in Stati più geograficamente vicini. Dopo il continente europeo troviamo, a grandissima distanza, il continente asiatico, il cui peso (10,7%) sull'export totale ha superato, già da alcuni anni, quello del continente americano (7,7%). Tra gli Stati asiatici, l'incidenza delle esportazioni è bassa e divisa in tantissimi Paesi; infatti, soltanto la Corea del Sud rappresenta una quota significativa (2,9%). L'export nel continente americano, al contrario, si concentra maggiormente negli Stati Uniti (5,4%). Marginale il peso dell'Africa (3,3%) e dell'Oceania (1%).

Rispetto all'anno precedente, tra i principali Paesi di destinazione dell'export viterbese, risultano essere in crescita la Germania (+12,6%), la Francia (+1,5%), l'Austria (+19,6%) e il Belgio (+19,9%), Slovenia +19,6%, mentre diminuiscono le esportazioni verso la Spagna (-11,9%), il Regno Unito (-10,9%), e la Svizzera (-4,6%).

Prendendo in considerazione gli altri grandi Paesi di destinazione delle nostre merci, gli Stati Uniti continuano a registrare una brusca frenata con una flessione del 8,6%, così come la Cina che dopo anni di lenta ma continua ascesa ha evidenziato anche per il 2019 un altro calo del 3,5%. Crescono di molto le esportazioni verso la Russia (+26,6%) e la Corea del Sud (+61,6%). A livello di continenti, aumentano le esportazioni in Europa (+3,8%) e in Asia (+6,7%), mentre diminuiscono nel continente americano (-8,4%), in quello africano (-6,7%) e verso l'Oceania (-23,7%). Anche per quanto concerne le importazioni, l'Europa rappresenta il principale mercato di riferimento con il 74% degli approvvigionamenti, seguita con netto distacco dall'Asia con il 20% e dal continente americano 4%. Il principale fornitore delle imprese viterbesi rimane la Germania (11,4%), seppur nell'ultimo anno abbia fatto registrare una flessione delle importazioni del 15,8%, seguita dalla Turchia (11%), la quale ha registrato un aumento dell'import del 14,2% rispetto al 2018, e dalla Cina (10,4%), le cui importazioni sono diminuite del 13,6%.

## IL CREDITO

Il sistema del credito costituisce un importante fattore di sviluppo che può contribuire ad aumentare o a rallentare la crescita economica di un territorio; nel corso degli ultimi anni il sistema del credito è stato al centro del dibattito politico ed economico per il suo ruolo all'interno delle attuali dinamiche economiche. Per questo motivo appare importante dedicare un approfondimento al sistema del credito andando ad osservare le principali variabili, quali i depositi e gli impieghi bancari, la rischiosità del credito e il costo del denaro.

Il primo aspetto osservato è quello dei depositi, ossia la consistenza di risorse che famiglie, imprese e altri Enti dispongono e depositano presso il sistema bancario e postale; a tale proposito occorre sottolineare che l'economia italiana è caratterizzata da un'elevata propensione al risparmio delle famiglie, con un ammontare dei depositi ampiamente superiore a quello presente in numerosi Paesi ad economia avanzata. Nella provincia di Viterbo, i depositi bancari hanno registrato una certa crescita negli ultimi anni, segnando un +1,2% nel 2015 e +5,7% nel 2016, +2,0% nel 2017, +0,9% nel 2018 e +4,5% nel 2019. La crescita dei depositi bancari nell'ultimo anno è stata leggermente superiore alla media nazionale (+4,2%) e in contrapposizione alla media regionale che ha registrato un -1,7%.

Il principale soggetto "finanziatore" del sistema bancario è rappresentato dalle famiglie, che detengono l'83,2% delle risorse bancarie e postali, seguite dalle imprese che possiedono il 14,1% dei depositi, i quali sono generalmente finalizzati alla gestione corrente, e dall'2,7% degli altri settori, tra i quali rientra la Pubblica Amministrazione. La media nazionale della distribuzione dei depositi per tipologia di clientela mette in luce una più bassa concentrazione delle risorse a favore delle famiglie (56,9%) ed un dato più elevato sia per le imprese che soprattutto per gli altri settori, che rappresentano in Italia rispettivamente il 19,5% e il 23,5%. Questo fenomeno è riconducibile da un lato alla minore diffusione di medie e grandi imprese e dall'altro alla minore concentrazione di Enti pubblici presenti nel viterbese.

In termini dinamici, rispetto all'anno 2018, è possibile rilevare nella Tuscia un aumento dei depositi delle famiglie (+4,2%), così come per i depositi delle imprese che crescono dell'8,1%. Al contrario, i depositi degli altri settori subiscono una flessione rispetto all'anno precedente (-4,2%).

Anche livello nazionale rispetto al 2018 si registra un aumento dei depositi delle famiglie (+5,1%), delle imprese (+6,4%) e degli altri settori (+0,5%).

Parlando di rischiosità del credito si fa riferimento alle sofferenze bancarie, definite come "crediti la cui totale riscossione non è certa (per le banche e gli intermediari finanziari che hanno erogato il finanziamento) poiché i soggetti debitori si trovano in stato d'insolvenza (anche non accertato giudizialmente) o in situazioni sostanzialmente equiparabili". Tra il 2018 ed il 2019 si è registrato un decremento delle sofferenze bancarie nella provincia di Viterbo (-16,1%), che denota una diminuzione della rischiosità del credito e la minore difficoltà delle imprese e delle famiglie a far fronte agli impegni finanziari assunti. Dal 2017 nel viterbese le sofferenze bancarie sono sempre diminuite, seguendo una dinamica che ha caratterizzato l'intera economia nazionale. Focalizzando l'attenzione sull'ultimo anno, la diminuzione delle sofferenze bancarie nella Tuscia è stata comunque inferiore a quanto registrato sia a livello nazionale (-29,6%) che a livello regionale (-23,6%).

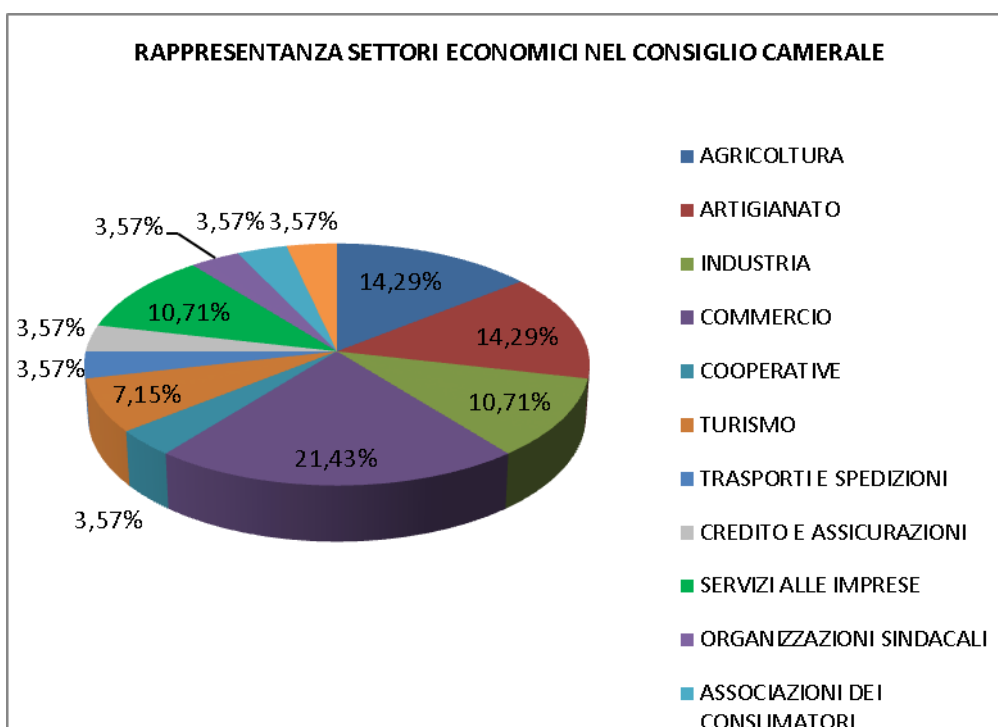
## INTERNO

### GLI ORGANI

Ai sensi della L. 580/1993, sono organi della CCIAA di Viterbo:

- **il Consiglio**, organo di indirizzo generale cui spetta la programmazione e l'approvazione dei bilanci e nel quale siedono i rappresentanti di tutti i settori di rilevante interesse per l'economia provinciale (designati dalle associazioni di categoria più rappresentative nel territorio) accanto a un rappresentante delle Associazioni a tutela degli interessi dei consumatori e ad uno delle Organizzazioni sindacali dei lavoratori;
- **la Giunta**, organo esecutivo dell'ente, composta dal Presidente e da 8 membri eletti dal Consiglio camerale;
- **il Presidente**, che ha la rappresentanza legale, politica e istituzionale della CCIAA, del Consiglio e della Giunta;
- **il Collegio dei Revisori dei Conti**, organo preposto a collaborare con la Giunta e il Consiglio nell'esercizio delle funzioni di indirizzo e controllo. In particolare, vigila sulla regolarità contabile e finanziaria, relaziona sulla corrispondenza del conto consuntivo alle risultanze della gestione e certifica i risultati economici, patrimoniali e finanziari conseguiti.

L'ente si avvale, inoltre, dell'Organismo con funzioni analoghe all'OIV, che coadiuva la Giunta nell'attività di valutazione e controllo strategico, nell'ambito del Ciclo della performance.



### STRUTTURA ORGANIZZATIVA

La struttura organizzativa è ispirata a logiche di razionalizzazione, dinamicità ed organicità con l'obiettivo di garantire livelli di efficienza ed efficacia all'azione dell'Ente, tenendo conto del contesto istituzionale e normativo di riferimento.

Nell'unica Area organizzativa (A) sono accorpate le funzioni: Internazionalizzazione Marketing e Placement, Amministrativo-Contabile, Studi e Regolazione del Mercato, mentre gli uffici di Staff sono posti sotto la diretta conduzione del Segretario Generale.

**Il Segretario Generale dell'Ente** sovrintende all'intera struttura organizzativa e al personale camerale e compie tutti gli atti di controllo, organizzazione e gestione del personale medesimo. Alle dirette dipendenze del Segretario Generale operano quattro uffici di Staff: Anagrafe, Affari Generali Programmazione e Controllo, Ufficio Stampae PID, Statistica Studi e Ricerche.

**Il Dirigente** nell'Area di competenza espleta le seguenti funzioni, attuando, nella logica delle responsabilità diffusa, deleghe di firma e attribuendo responsabilità dei procedimenti ai responsabili dei servizi:

- Formulazione di proposte e di pareri riguardo le questioni, anche di natura tecnico-organizzativa, ricadenti nell'ambito delle funzioni di propria competenza;
- Attuazione dei progetti e delle gestioni assegnati, adottando i relativi atti e provvedimenti amministrativi ed esercitando i poteri di spesa e di acquisizione delle entrate;
- Direzione, coordinamento e controllo dell'attività degli uffici dipendenti e dei responsabili dei relativi procedimenti amministrativi, anche con poteri sostitutivi in caso di inerzia;
- Gestione del personale e delle risorse finanziarie e strumentali assegnate agli uffici di competenza;
- Svolgimento di compiti eventualmente delegati dal Segretario Generale.

Sul fronte della misurazione delle performance e dello stato di perseguimento degli obiettivi operativi e strategici sono realizzate le seguenti azioni:

- Definizione di indicatori gestionali e di monitoraggio dei processi e redazione di una rendicontazione trimestrale;
- Definizione degli indicatori strategici e monitoraggio degli stessi con cadenza annuale;
- Realizzazione di attività propedeutiche alla valutazione strategica: questionari alle imprese al fine di valutare l'esito del rispettivo coinvolgimento nelle varie iniziative, *focus-group* con imprese su tematiche di specifico interesse, indagini di *customer satisfaction*;

## RISORSE UMANE

La dotazione organica dell'Ente, la previsione cioè della consistenza teorica di personale necessaria, ordinata secondo il sistema di classificazione professionale di cui al contratto collettivo nazionale di lavoro del comparto regioni e autonomie locali, era stata definita in 65 unità con delibera del 20/12/2013. Con il decreto MISE 16 febbraio 2018 recante "*Rideterminazione delle circoscrizioni territoriali , istituzione di nuove Camere di Commercio e determinazioni in materia di razionalizzazione delle sedi e del loro personale*", che ha previsto la creazione della circoscrizione Viterbo/Rieti, la dotazione organica è stata riarticolata come segue:

Dirigenti	D3	D1	C	B3	B1	A	TOTALE
2	4	10	32	1	0	2	51

Il personale in servizio al 31/12/2019 risulta così ripartito:

Dirigenti	D3	D1	C	B3	B1	A	TOTALE
1	4	10	29	1	0	2	47

Nel corso del 2019 si è registrato il collocamento in quiescenza di una unità di categoria D3 e la cessazione per mobilità volontaria di una unità di categoria C nel mese di dicembre.

La struttura organizzativa dell'Ente è quella definita con deliberazione di Giunta 3.15 del 18/04/2019, come di seguito indicato:

- Area A) Area Servizi Amministrativi, Servizi alle Imprese, Marketing Internazionalizzazione e Tutela del Mercato;
- N. 4 unità organizzative in Staff al Segretario generale.

Il personale in servizio alla data del 31/12/2019 risulta così collocato:

	Dirigente	D3	D1	C	B3	A	TOTALE
<b>Area Servizi Amministrativi, Servizi alle Imprese, Marketing ed Internazionalizzazione e Tutela del Mercato</b>			1				1
Bilancio e Personale		1	2	7 (*)			10
Internazionalizzazione e Marketing			2	1			3
Regolazione del Mercato			2	6			8
<b>Uffici di Staff</b>	1						1
Anagrafe		3	1	10			14
Affari Generali Programmazione e Controlli				3	1	2	6
Ufficio Stampa e PID			1	2			3
Studi, Statistica e Ricerche Economiche			1				1
<b>TOTALE</b>							

(\*) una unità in comando presso altra amministrazione

I dipendenti a tempo indeterminato sono la totalità dei dipendenti assunti.

I dipendenti part time sono 1.

La politica di gestione del personale adottata dalla Camera di Commercio è orientata ad adattare la propria struttura organizzativa alla natura di azienda pubblica erogatrice di servizi in conformità al ruolo che gli interventi normativi richiedono alle Camere di Commercio in termini di sviluppo dei criteri quali la **flessibilità, modernità e professionalità**.

Il personale viene orientato sempre più in una logica di servizio alle imprese e ai consumatori di tipo aziendalistico. Accanto a conoscenze di tipo amministrativo e normativo, vengono sviluppate competenze specialistiche, capacità di programmazione, abilità relazionali, capacità di ascolto del mercato, orientamento al risultato e al raggiungimento degli obiettivi. L'obiettivo è quello di fornire risposte rapide e concrete ai bisogni e alle necessità emergenti dal sistema imprenditoriale e dal territorio. Per fare questo occorre un'organizzazione dalla struttura più flessibile e orientata alla performance, che superi logiche di carattere burocratico.

Il personale rappresenta il **principale stakeholder** per affermare il ruolo che l'Ente intende svolgere, in quanto è proprio dalla capacità di programmazione e allineamento funzionale delle risorse umane ai nuovi scenari che la Camera può rispondere in maniera sempre più efficace ai bisogni del territorio ed alle evoluzioni normative.

Il sistema di valutazione mira ad attribuire in modo selettivo e secondo i risultati accertati dal sistema permanente di valutazione i compensi correlati al merito, all'impegno individuale e al conseguimento degli obiettivi assegnati. **La responsabilità della valutazione compete ai Dirigenti, coadiuvati dai Responsabili di Servizio.**

Tabella 4

Dati generali sulla gestione del personale interno		
	Anno 2018*	Anno 2019**
Quota media di retribuzione (euro)	31.964,29	33.219,42
Quota media di produttività (euro)	3.296,68	2.724,33
N. progressioni orizzontali	33	7
N. richieste di trasferimento ad altre amministrazioni	2	1

(Fonte: Ufficio Personale CCIAA di Viterbo)

\* i dati sulla retribuzione sono quelli risultanti dal conto annuale 2018.

\*\* i dati inerenti la retribuzione e la media produttività saranno aggiornati con il conto annuale 2019.

### AZIENDE SPECIALI

La CCIAA di Viterbo opera attraverso una propria Azienda speciale al fine sostenere l'economia locale o suoi specifici settori.

L'Azienda Speciale "**Centro di Formazione e Assistenza allo Sviluppo – Ce.F.A.S.**" è stata istituita nel 1981 con lo scopo di realizzare processi formativi di qualificazione e specializzazione professionale, con particolare riferimento ai problemi operativi delle aziende, delle categorie e delle organizzazioni degli operatori economici, per favorire l'attivazione di processi innovativi e per lo sviluppo dell'economia, tenendo conto anche di una crescente interdipendenza e internazionalizzazione dei mercati. Su tale fronte, tra le principali attività del Centro, c'è la progettazione e gestione di attività formative di alta qualificazione sui temi della gestione e management d'impresa.

Oltre alla formazione, la Camera di Commercio di Viterbo ha demandato all'Azienda Speciale, a partire dall'anno 2000, alcuni servizi e progetti che, realizzati in partnership con le locali associazioni di categoria, assumono importanza strategica per l'economia della provincia di Viterbo. In particolare, il Ce.F.A.S. svolge le seguenti funzioni di supporto e promozione, in coerenza con la missione affidata e con le strategie della Camera di Commercio:

- Iniziative di qualificazione delle produzioni e dei servizi delle imprese locali con riferimento specifico alla filiera produttiva e alla fase di commercializzazione anche attraverso la definizione di appositi disciplinari di prodotto e conseguenti azioni promozionali, direttamente riconducibili, queste ultime, alle iniziative dello Sportello Marchio Tuscia Viterbese, istituito a decorrere dall'anno 2005;
- Iniziative di assistenza tecnica, innovazione e trasferimento tecnologico, ricerca scientifica, consulenza e quanto altro necessario per l'approfondimento e la divulgazione dei fenomeni che attengono allo sviluppo dei vari settori economici della provincia";
- Iniziative di marketing territoriale finalizzate alla diffusione e qualificazione degli strumenti di sviluppo e semplificazione amministrativa";
- Iniziative di qualificazione, riqualificazione e sviluppo delle risorse umane anche tramite implementazione di politiche attive del lavoro.

**CONTO ECONOMICO CCIAA DI VITERBO (ART. 21 -1^ C. DPR 254/2005)**

VOCI DI ONERE/PROVENTO	VALORI ANNO 2018	VALORI ANNO 2019	DIFFERENZE
<b>GESTIONE CORRENTE</b>			
<b>A) Proventi correnti</b>			
1 Diritto Annuale	3.974.890,20	3.889.982,22	-84.907,98
2 Diritti di Segreteria	1.083.727,14	1.130.666,92	46.939,78
3 Contributi trasferimenti e altre entrate	451.005,03	623.444,61	172.439,58
4 Proventi da gestione di beni e servizi	157.998,37	108.934,06	-49.064,31
5 Variazione delle rimanenze	-3.492,50	-5.204,87	-1.712,37
<b>Totale proventi correnti A</b>	<b>5.664.128,24</b>	<b>5.747.822,94</b>	<b>83.694,70</b>
<b>B) Oneri Correnti</b>			
6 Personale	-2.352.563,04	-2.280.588,72	71.974,32
a competenze al personale	-1.743.056,60	-1.669.588,84	73.467,76
b oneri sociali	-427.107,56	-422.728,88	4.378,68
c accantonamenti al T.F.R.	-177.024,90	-182.812,90	-5.788,00
d altri costi	-5.373,98	-5.458,10	-84,12
7 Funzionamento	-1.866.112,95	-1.355.267,77	510.845,18
a Prestazioni servizi	-577.942,55	-595.412,24	-17.469,69
b godimento di beni di terzi	-16.130,48	-15.060,65	1.069,83
c Oneri diversi di gestione	-968.717,06	-458.107,91	510.609,15
d Quote associative	-256.722,56	-242.595,55	14.127,01
e Organi istituzionali	-46.600,30	-44.091,42	2.508,88
8 Interventi economici	-641.305,60	-811.956,60	-170.651,00
9 Ammortamenti e accantonamenti	-1.368.391,44	-1.388.541,46	-20.150,02
a Immob. immateriali	-2.377,55	-3.658,58	-1.281,03
b Immob. materiali	-23.059,28	-32.625,44	-9.566,16
c svalutazione crediti	-1.332.948,84	-1.342.257,44	-9.308,60
d fondi rischi e oneri	-10.005,77	-10.000,00	5,77
<b>Totale Oneri Correnti B</b>	<b>-6.228.373,03</b>	<b>-5.836.354,55</b>	<b>392.018,48</b>
<b>Risultato della gestione corrente A-B</b>	<b>-564.244,79</b>	<b>-88.531,61</b>	<b>475.713,18</b>
<b>C) GESTIONE FINANZIARIA</b>			
10 Proventi finanziari	7.691,46	12.718,65	5.027,19
11 Oneri finanziari	-166,33	-96,15	70,18
<b>Risultato della gestione finanziaria</b>	<b>7.525,13</b>	<b>12.622,50</b>	<b>5.097,37</b>
<b>D) GESTIONE STRAORDINARIA</b>			
12 Proventi straordinari	376.941,16	645.617,28	268.676,12
13 Oneri straordinari	-329.762,28	-466.753,75	-136.991,47
<b>Risultato della gestione straordinaria</b>	<b>47.178,88</b>	<b>178.863,53</b>	<b>131.684,65</b>
<b>E) Rettifiche di valore attività finanziaria</b>			
14 Rivalutazioni attivo patrimoniale	0,00	0,00	0,00
15 Svalutazioni attivo patrimoniale	-4.541,27	0,00	4.541,27
<b>Differenza rettifiche attività finanziaria</b>	<b>-4.541,27</b>	<b>0,00</b>	<b>4.541,27</b>
<b>Disavanzo/Avanzo economico esercizio A-B -C -D</b>	<b>-514.082,05</b>	<b>102.954,42</b>	<b>617.036,47</b>

Fonte: ALLEGATO 1) alla delibera di Giunta n. 4.18 del 28.05.2020 Bilancio consuntivo 2019

**STATO PATRIMONIALE CCIAA DI VITERBO (ART. 22 -1^ C. DPR 254/2005)**

<b>ATTIVO</b>	<b>ENTRO 12 MESI</b>	<b>OLTRE 12 MESI</b>	<b>Valori al 31-12-2018</b>	<b>ENTRO 12 MESI</b>	<b>OLTRE 12 MESI</b>	<b>Valori al 31-12-2019</b>
<b>A) IMMOBILIZZAZIONI</b>						
<b>a) Immateriali</b>						
Software			8.112,76			5.627,15
Licenze d'uso						
Diritti d'autore						
Altre						
<b>Totale Immobilizzazioni Immateriali</b>			<b>8.112,76</b>			<b>5.627,15</b>
<b>b) Materiali</b>						
Immobilli			3.193.581,59			3.187.216,13
Impianti			6.607,94			15.350,89
Attrezz. non informatiche			17.343,81			33.072,25
Attrezzature informatiche			25.185,46			16.928,49
Arredi e mobili			12.875,05			13.273,60
Automezzi			5.500,00			1.100,00
Biblioteca			186.303,13			186.303,13
<b>Totale Immobilizzazioni materiali</b>			<b>3.447.396,98</b>			<b>3.453.244,49</b>
<b>c) Finanziarie</b>						
Partecipazioni e quote			23.068,95			15.484,71
Altri investimenti mobiliari						
Prestiti ed anticipazioni attive			552.813,27			571.333,58
<b>Totale Immob. finanziarie</b>			<b>575.882,22</b>			<b>586.818,29</b>
<b>TOTALE IMMOBILIZZAZIONI</b>			<b>4.031.391,96</b>			<b>4.045.689,93</b>
<b>B) ATTIVO CIRCOLANTE</b>						
<b>d) Rimanenze</b>						
Rimanenze di magazzino			35.091,47			29.886,60
<b>Totale rimanenze</b>			<b>35.091,47</b>			<b>29.886,60</b>
<b>e) Crediti di Funzionamento</b>						
Crediti da diritto annuale	150.493,03	3.195.211,10	<b>3.345.704,13</b>	240.767,74	2.941.196,79	<b>3.181.964,53</b>
Crediti v/organismi e istituzioni nazionali e comunitarie	157.918,54	70.375,23	<b>228.293,77</b>	158.012,23	0,00	<b>158.012,23</b>
Crediti v/organismi del sistema camerale						
Crediti v/clienti	196.431,66	175.669,38	<b>372.101,04</b>	148.311,25	120.905,11	<b>269.216,36</b>



Crediti per servizi c/terzi	-31.521,50		<b>-31.521,50</b>	-60.202,00	0,00	<b>-60.202,00</b>
Crediti diversi	158.564,00	139.150,00	<b>297.714,00</b>	358.062,19	115.259,41	<b>473.321,60</b>
Erario c/iva	8.569,74		<b>8.569,74</b>	-4.140,10	0,00	<b>-4.140,10</b>
Anticipi a fornitori						
<b>Totale crediti di funzionamento</b>			<b>4.220.861,18</b>			<b>4.018.172,62</b>
f) Disponibilita' Liquide						
Banca c/c			<b>879.175,91</b>			<b>1.107.809,26</b>
Depositi postali			<b>755,44</b>			<b>1.374,86</b>
<b>Totale disponibilità liquide</b>			<b>879.931,35</b>			<b>1.109.184,12</b>
<b>TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE</b>			<b>5.135.884,00</b>			<b>5.157.243,34</b>
C) RATEI E RISCONTI ATTIVI						
			<b>809,19</b>			<b>748,06</b>
Ratei attivi						
Risconti attivi						
<b>TOTALE RATEI E RISCONTI ATTIVI</b>			<b>809,19</b>			<b>748,06</b>
<b>TOTALE ATTIVO</b>			<b>9.168.085,15</b>			<b>9.203.681,33</b>
D) CONTI D'ORDINE			<b>0,00</b>			<b>0,00</b>
<b>TOTALE GENERALE</b>			<b>9.168.085,15</b>			<b>9.203.681,33</b>
<b>PASSIVO</b>	<b>ENTRO 12 MESI</b>	<b>OLTRE 12 MESI</b>	<b>Valori al 31.12.2018</b>	<b>ENTRO 12 MESI</b>	<b>OLTRE 12 MESI</b>	<b>Valori al 31.12.2019</b>
A) PATRIMONIO NETTO						
Patrimonio netto esercizi precedenti			<b>-4.992.203,49</b>			<b>-4.478.121,44</b>
Avanzo/Disavanzo economico esercizio			<b>514.082,05</b>			<b>-102.954,42</b>
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO</b>			<b>-4.478.121,44</b>			<b>-4.581.075,86</b>
B) DEBITI DI FINANZIAMENTO						
Mutui passivi			<b>0,00</b>			<b>0,00</b>
Prestiti ed anticipazioni passive			<b>0,00</b>			<b>0,00</b>
<b>TOTALE DEBITI DI FINANZIAMENTO</b>			<b>0,00</b>			<b>0,00</b>
C) TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO						
F.do Trattamento di fine rapporto			<b>-2.835.541,91</b>			<b>-2.921.125,47</b>
<b>TOT. F.DO TRATT. FINE RAPPORTO</b>			<b>-2.835.541,91</b>			<b>-2.921.125,47</b>
D) DEBITI DI FUNZIONAMENTO						
Debiti vfornitori	-395.691,78	-44.130,84	<b>-439.822,62</b>	-402.529,51	-42.136,51	<b>-444.666,02</b>
Debiti vsocietà e organismi del sistema camerale			<b>0,00</b>			<b>0,00</b>
Debiti vorganismi e istituzioni nazionali e comunitarie			<b>0,00</b>			<b>0,00</b>
Debiti tributari e previdenziali	-167.442,09		<b>-167.442,09</b>	-163.000,93		<b>-163.000,93</b>
Debiti vdipendenti	-235.573,68	-19.852,10	<b>-255.425,78</b>	-191.575,31	-16.196,60	<b>-207.771,91</b>

Debiti vOrgani Istituzionali	-19.809,23	-7.144,91	<b>-26.954,14</b>	-22.637,11		<b>-22.637,11</b>
Debiti diversi	-306.552,14	-514.172,14	<b>-820.724,28</b>	-214.213,55	-565.417,47	<b>-779.631,02</b>
Debiti per servizi terzi	17.217,40		<b>17.217,40</b>	-1.889,33		<b>-1.889,33</b>
Clients c/anticipi						
<b>TOTALE DEBITI DI FUNZIONAMENTO</b>			<b>-1.693.151,51</b>			<b>-1.619.596,32</b>
E) FONDI PER RISCHI E ONERI						
Fondo Imposte			<b>0,00</b>			<b>0,00</b>
Altri Fondi			<b>-161.270,29</b>			<b>-81.883,68</b>
<b>TOT. F.DI PER RISCHI E ONERI</b>			<b>-161.270,29</b>			<b>-81.883,68</b>
F) RATEI E RISCOINTI PASSIVI						
Ratei Passivi			<b>0,00</b>			<b>0,00</b>
Risconti Passivi			<b>0,00</b>			<b>0,00</b>
<b>TOTALE RATEI E RISCOINTI PASSIVI</b>			<b>0,00</b>			<b>0,00</b>
<b>TOTALE PASSIVO</b>			<b>-4.689.963,71</b>			<b>-4.622.605,47</b>
<b>TOTALE PASSIVO E PATRIM. NETTO</b>			<b>-9.168.085,15</b>			<b>-9.203.681,33</b>
G) CONTI D'ORDINE			<b>0,00</b>			<b>0,00</b>
<b>TOTALE GENERALE</b>			<b>-9.168.085,15</b>			<b>-9.203.681,33</b>

Fonte: ALLEGATO 2) alla delibera di Giunta n. 4.18 del 28.05.2020 Bilancio consuntivo 2019

#### CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO (art. 2, comma 3, DM 27/03/2013 – allegato 1 DM 27/03/2013)

	ANNO 2018		ANNO 2019	
	Parziali	Totali	Parziali	Totali
A) VALORE DELLA PRODUZIONE				
1) Ricavi e proventi per attività istituzionale		5.416.787,89		5.535.475,73
a) contributo ordinario dello stato				
b) corrispettivi da contratto di servizio				
b1) con lo Stato				
b2) con le Regioni				
b3) con altri enti pubblici				
b4) con l'Unione Europea				
c) contributi in conto esercizio	358.170,55		514.826,59	
c1) contributi dallo Stato				
c2) contributi da Regione	157.918,54		158.012,23	
c3) contributi da altri enti pubblici	200.252,01		356.814,36	
c4) contributi dall'Unione Europea				
d) contributi da privati				
e) proventi fiscali e parafiscali	3.974.890,20		3.889.982,22	
f) ricavi per cessione di prodotti e prestazioni servizi	1.083.727,14		1.130.666,92	
2) variazione delle rimanenze dei prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti		-3.492,50		-5.204,87
3) variazioni dei lavori in corso su ordinazione				
4) incremento di immobili per lavori interni				
5) altri ricavi e proventi		250.832,85		217.552,08

a) quota contributi in conto capitale imputate all'esercizio				
b) altri ricavi e proventi	250.832,85		217.552,08	
<b>Totale valore della produzione (A)</b>		<b>5.664.128,24</b>		<b>5.747.822,94</b>
<b>B) COSTI DELLA PRODUZIONE</b>				
6) per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci				
7) per servizi		-1.265.848,45		-1.451.460,26
a) erogazione di servizi istituzionali	-641.305,60		-811.956,60	

Fonte: ALLEGATO 3) alla delibera di Giunta n. 4.18 del 28.05.2020 Bilancio consuntivo 2019

## PARTECIPATE

La CCAA di Viterbo detiene 7 partecipazioni dirette in società attive, 1 partecipazione diretta in società in fallimento, 3 partecipazioni dirette in società in liquidazione e 11 partecipazioni indirette possedute per il tramite di società partecipate controllate

### Partecipazioni dirette

NOME PARTECIPATA	CODICE FISCALE PARTECIPATA	QUOTA DI PARTECIPAZIONE	ESITO DELLA RICOGNIZIONE	NOTE
AGROQUALITA' SPA	05053521000	0,210%	MANTENIMENTO SENZA AZIONI	
BORSA MERCI TELEMATICA ITALIANA SCPA	06044201009	0,025%	RAZIONALIZZAZIONE	CESSIONE A TITOLO ONEROSO – In attesa che la quota societaria venga liquidata
IC OUTSOURCING SCARL	04408300285	0,004%	MANTENIMENTO SENZA AZIONI	
INFOCAMERE SCPA	02313821007	0,007%	RAZIONALIZZAZIONE	Fusione per incorporazione con Digicamere scarl
TECNOSERVICE SCPA	04786421000	0,008%	MANTENIMENTO SENZA AZIONI	
DINTEC SCARL	04338251004	0,280%	MANTENIMENTO SENZA AZIONI	Superamento sovrapposizione oggetto sociale con SICAMERA SCRL per adeguamento dello stesso da parte di quest'ultima
SICAMERA SCARL	12620491006	0,090%	MANTENIMENTO SENZA AZIONI	OGGETTO SOCIALE ADEGUATO – superamento sovrapposizione oggetto sociale con DINTEC scrl

### Partecipazioni dirette in fallimento

NOME PARTECIPATA	CODICE FISCALE PARTECIPATA	QUOTA DI PARTECIPAZIONE	BREVE DESCRIZIONE	ESITO DELLA RILEVAZIONE
TUSCIA EXPO' SPA	01690380561	25,00%	Realizzazione, organizzazione e gestione di un sistema fieristico-espositivo	In attesa della conclusione del fallimento

### Partecipazioni dirette in liquidazione

NOME PARTECIPATA	CODICE FISCALE PARTECIPATA	QUOTA DI PARTECIPAZIONE	BREVE DESCRIZIONE	ESITO DELLA RILEVAZIONE
Retecamere scarl in liquidazione	08618091006	0,09%	Supporto e promozione della comunicazione istituzionale, organizzazione eventi, formazione, marketing territoriale	In attesa della conclusione della liquidazione
Job Camere srl in liquidazione	04117630287	0,004%	Supporto ai temi della somministrazione lavoro, intermediazione, ricerca e selezione del personale	In attesa della conclusione della liquidazione
Sistema Camerale Sservizi Roma scrl	13260501005	0,980%	Supporto e promozione della internazionalizzazione, sviluppo delle relazioni e degli scambi, turismo delle imprese della provincia di Roma e della Regione Lazio	In attesa della conclusione della liquidazione

#### Partecipazioni indirette detenute tramite Si.Camera scarl

NOME PARTECIPATA	CODICE FISCALE PARTECIPATA	QUOTA DI PARTECIPAZIONE DETENUTA DALLA TRAMITE	BREVE DESCRIZIONE	ESITO DELLA RILEVAZIONE
Unimerctorum srl	13564721002	33,33%	Promozione e sostegno dell' Università Telematica Universitas Mercatorum	Razionalizzazione: mantenimento della partecipazione con azioni di razionalizzazione della società. Sarà chiesto alla tramite di valutare l'attuale asset dell'Organo di Controllo
Aries scrl	01312720327	1,00%	Sviluppo economico e valorizzazione del territorio	mantenimento senza interventi

#### Partecipazioni indirette detenute tramite Dintec Scarl

NOME PARTECIPATA	CODICE FISCALE PARTECIPATA	QUOTA DI PARTECIPAZIONE DETENUTA DALLA TRAMITE	BREVE DESCRIZIONE	ESITO DELLA RILEVAZIONE
AgroQualità SPA	05053521000	0,25%	Supporto e promozione sui temi del Made in Italy	mantenimento senza interventi
Si.Camera scarl	12620491006	0,19%	Supporto per lo sviluppo e la realizzazione delle funzioni e delle attività di interesse del Sistema camerale italiano	razionalizzazione: mantenimento della partecipazione con azioni di razionalizzazione della società

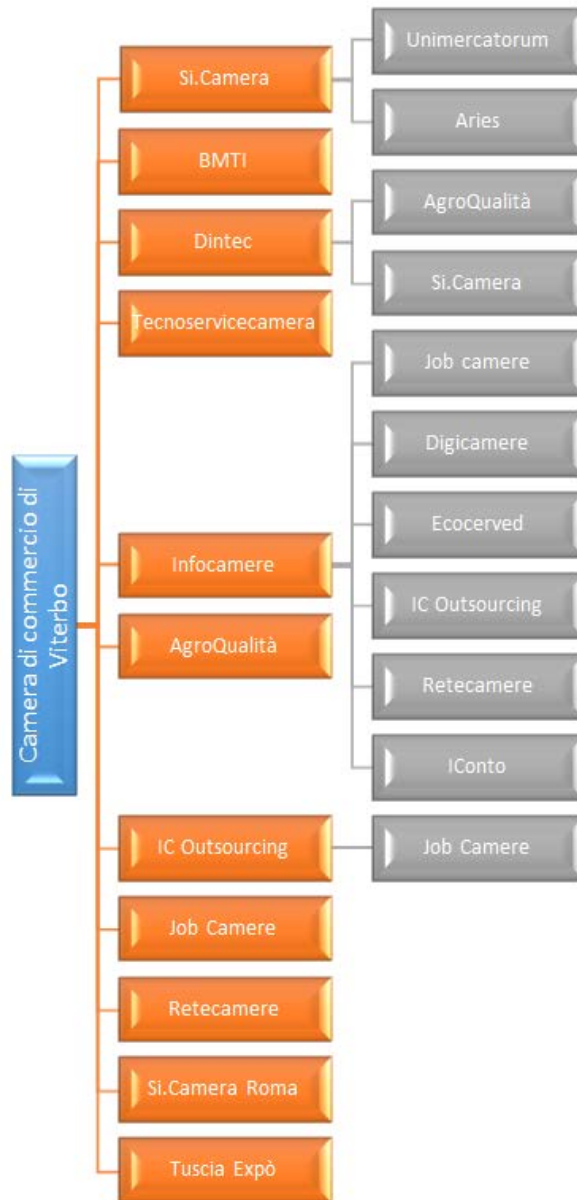
#### Partecipazioni indirette detenute tramite Infocamere scpa

NOME PARTECIPATA	CODICE FISCALE PARTECIPATA	QUOTA DI PARTECIPAZIONE DETENUTA DALLA TRAMITE	BREVE DESCRIZIONE	ESITO DELLA RILEVAZIONE
Ecocerved scarl	03991350376	37,65%	Supporto e promozione sui temi dell'ambiente ed ecologia	mantenimento senza interventi
Ic Outsourcing scarl	04408300285	38,59%	Supporto ai temi della gestione dei flussi documentali	mantenimento senza interventi
Digicamere scarl	06561570968	13,00%	Società specializzata in tecnologie informatiche e telematiche avanzate	Razionalizzazione: mantenimento con azioni di razionalizzazione della società – Fusione per incorporazione con Infocamere scpa
Iconto srl	14847241008	100%	Supporto per migliorare e semplificare gli strumenti di pagamento	mantenimento senza interventi
Retecamere scarl in liquidazione	08618091006	2,29%	Supporto e promozione della comunicazione istituzionale, organizzazione eventi, formazione, marketing territoriale	In attesa della conclusione della liquidazione
Job Camere srl in liquidazione	04117630287	40,69%	Supporto ai temi della somministrazione lavoro, intermediazione, ricerca e selezione del personale	In attesa della conclusione della liquidazione

#### Partecipazioni indirette detenute tramite IC Outsourcing scarl

NOME PARTECIPATA	CODICE FISCALE PARTECIPATA	QUOTA DI PARTECIPAZIONE DETENUTA DALLA TRAMITE	BREVE DESCRIZIONE	ESITO DELLA RILEVAZIONE
Job Camere srl in liquidazione	04117630287	2,26%	Supporto ai temi della somministrazione lavoro, intermediazione, ricerca e selezione del personale	In attesa della conclusione della liquidazione

Rappresentazione grafica delle partecipazioni detenute dalla Camera di commercio di Viterbo



## 2. RENDICONTAZIONE DELLA PERFORMANCE ORGANIZZATIVA

AMBITO STRATEGICO										PESO	
1 COMPETITIVITA' DELL'ENTE										30%	
Obiettivo Strategico GRADO DI SODDISFAZIONE DELL'UTENZA IN GENERALE SUI SERVIZI EROGATI DALL'ENTE CAMERALE ●											
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento	
1A 1 OS	Raggiungimento di un grado di soddisfazione dell'utenza in generale sui servizi erogati dall'Ente camerale nella misura di almeno l'80%	Grado di soddisfazione rilevato	qualità	Percentuale	Rilevazione camerale	89,5%	+/- 5%	> 80%	98,7%	Obiettivo strategico raggiunto	
Obiettivo Strategico INCIDENZA DEGLI ONERI DI FUNZIONAMENTO SUGLI ONERI CORRENTI ●											
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento	
1B 2OS	Riduzione del tasso di incidenza degli oneri di funzionamento sugli oneri correnti nella misura del 5% rispetto al dato 2014	Oneri funzionamento/oneri correnti	Economicità	Percentuale	Contabilità	29,96%	+/- 5%	≤23,87	23,22	Obiettivo strategico raggiunto	
Obiettivo Strategico PERCENTUALE DI INCASSO DEL DIRITTO ANNUALE ●											
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento	
1B 3OS	Tasso di incremento della riscossione del diritto annuale rispetto al dato 2014	Totale diritto annuale incassato al 31.12 al netto di interessi e delle sanzioni/Voce di conto economico: A1 diritto annuale al netto del valore degli interessi e delle sanzioni	Economicità	Percentuale	Contabilità	67%	+/- 5%	≥78,87%	65,88	Obiettivo strategico non raggiunto	
Nr.	Obiettivo operativo	Nr.	Indicatore operativo	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Livello di tolleranza	Target 2019	Peso	Risultato 2019	Percentuale raggiungimento
1A1 OP	Comunicazione e trasparenza ●	1A 1 OPI	Inserimento di un 5% in più per i contatti newsletter rispetto al dato dell'anno 2019	Contatti newsletter inseriti 2020/contatti newsletter 2019	Output	Valore assoluto	+/- 5%	8657	40%	8973	100%

Nr.	Obiettivo operativo	Nr.	Indicatore operativo	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Livello di tolleranza	Target 2019	Peso	Risultato 2019	Percentuale raggiungimento
1A 1 OP	Comunicazione e trasparenza ●	1A 1 OP2	Aumento di almeno il 5% dei contatti su facebook	Contatti facebook 2020/contatti facebook 2019	Output	Valore assoluto	+/- 5%	1171	25%	1281	100%
		1A 1 OP3	Realizzazione di un'iniziativa di presentazione dei servizi offerti agli stakeholders nell'ambito della giornata della Trasparenza	Realizzazione attività	Output	Data		30.06.2019	35%	11-17.03.2019	100%
1B 1 OP	Recupero diritto annuale e crediti camerali ●	1B 1 OP1	Analisi di tutte le posizioni debitorie attive al 31.12.2018 ed attivazione delle azioni di recupero nell'ambito del progetto promosso da Unioncamere	Realizzazione attività	Economicità	Valore assoluto	Registro imprese	31.12.2019	30%	Attività realizzata entro l'anno	100%
		1B 1 OP2	Emissione del ruolo diritto annuale 2015 entro il I semestre 2019	Realizzazione attività	Output	Valore assoluto	Registro imprese	30.06.2019	40%	Attività realizzata nel secondo semestre 2019*	100%
		1B 1 OP3	Emissione processi verbali di accertamento relativamente alle posizioni morose anno 2016 in raccordo con l'iniziativa promossa da Unioncamere	Realizzazione attività	Output	Valore assoluto	Registro imprese	31.12.2019	30%	Attività realizzata entro l'anno	100%
1B 2 OP	Semplificazione gestione dei processi contabili trasversali e correlati a più servizi ●	1B 2 OP1	Riorganizzazione gestione piano dei conti correlato ai servizi trasversali entro il mese di luglio	Realizzazione attività	Efficienza	Ufficio Bilancio	Ufficio Bilancio	31.07.2019	100%	22.02.2019	100%
1B 3 OP	Riorganizzazione gestione piano dei conti correlato ai servizi trasversali entro il mese di luglio ●	1B 3 OP1	Programmazione gestione nuovi contratti entro il primo semestre 2019	Realizzazione attività	Efficienza	Valore assoluto	Ufficio Provveditorato	30.06.2019	100%	30.06.2019	100%

**Totale 100%**

- Come sarà precisato nella parte riservata alla descrizione delle attività realizzate per ogni indicatore, l'indicatore operativo in questione si ritiene essere stato conseguito con successo in quanto lo spostamento dell'attività nel secondo semestre è stato dovuto alla decisione dell'Ente di procedere all'emissione del ruolo diritto annuale anche per l'annualità 2016

<b>AMBITO STRATEGICO</b>	<b>PESO 35%</b>
<b>2 COMPETITIVITA' DEL TERRITORIO</b>	

<b>Obiettivo Strategico</b>	<b>PRATICHE SUAP TELEMATICHE</b>
-----------------------------	----------------------------------

Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
<b>2B 4OS</b>	Tasso di incremento delle pratiche SUAP telematiche rispetto al 2014 ●	Numero pratiche SUAP telematiche presentate anno 2020/Numero pratiche SUAP telematiche anno 2014	Output	Percentuale	Registro Imprese	1567	+/- 5%	1798	3798	<b>Obiettivo strategico raggiunto</b>

<b>Obiettivo Strategico</b>	<b>FLUSSO TURISTICO PROVINCIALE</b>
-----------------------------	-------------------------------------

Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
<b>2C 5OS</b>	Incremento del 20% del flusso turistico provinciale rispetto al dato dell'anno 2013 ●	Flusso turistico nella città di Viterbo rilevato dall'ISTAT	Outcome	Valore assoluto	ISTAT	235.238	+/- 5%	243.442	306.532	<b>Obiettivo strategico raggiunto</b>

Obiettivo Strategico DURATA MEDIA PRESENZA TURISTI											
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento	
2C 6OS	Incremento della durata media presenza turisti nella città di Viterbo del 20% rispetto al dato dell'anno 2013 ●	Durata presenza media turisti nella città di Viterbo	Outcome	Valore assoluto	ISTAT	5,61	+/- 5% -	5,88	3,8	Obiettivo strategico non raggiunto	
Obiettivo Strategico FATTURATO IMPRESE LICENZIARIE DEL MARCHIO COLLETTIVO TUSCIA VITERBESE											
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento	
2C 7OS	Incremento medio del 20% del fatturato delle imprese licenziatarie del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese rispetto al dato del 2013 INDICATORE NON VALUTABILE	Fatturato 2019 panel imprese licenziatarie Marchio Collettivo Tuscia Vitebese/Fatturato 2013 panel imprese licenziatarie Marchio Collettivo Tuscia Vitebese	Outcome	Valore assoluto	Registro Imprese	65.255.529€	+/- 5% -	103.180.581,60€		A causa dell'emergenza epidemiologica da COVID 19, che ha anche comportato lo slittamento dei termini di adozione del bilancio consuntivo da parte delle imprese, l'Ente ha deciso di non procedere alla rilevazione del dato in questione per l'annualità 2019	
Obiettivo Strategico COINVOLGIMENTO DELLE IMPRESE DEL TESSUTO ECONOMICO LOCALE ALLE INIZIATIVE DI FORMAZIONE PROFESSIONALE REALIZZATE DALL'ENTE											
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento	
2C 8OS	Tasso incremento medio del grado di coinvolgimento delle imprese del tessuto economico locale alle iniziative di formazione professionale realizzate dall'Ente rispetto al 31.12.2014 ●	Numero di imprese coinvolte nelle iniziative anno 2019/numero di imprese coinvolte nelle iniziative anno 2014	Efficacia	percentuale	Uffici camerali	117,5%	+/- 5%	+ 50%	178%	Obiettivo strategico raggiunto	
Nr.	Obiettivo operativo	Nr.	Indicatore operativo	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Livello di tolleranza	Target 2019	Peso	Risultato 2019	Percentuale di raggiungimento
2B1 OP	E-GOV sportello unico attività produttive e fascicolo elettronico di impresa ●	2B1 OP.1	Realizzazione di almeno 2 iniziative dedicate ai Comuni ai fini della piena attuazione dei nuovi regimi amministrativi per l'esercizio delle attività produttive;	Realizzazione attività	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥2	50%	10	100%
		2B1 OP.2	Realizzazione di un ciclo di seminari tecnici (almeno 3) rivolti ad associazioni di categoria e professionisti sull'uso dei servizi telematici ai fini degli adempimenti amministrativi necessari per l'avvio e/o la modifica di un'attività	Realizzazione attività	Output	Valore assoluto	+/- 5%	≥3	50%	4	100%



Nr.	Obiettivo operativo	Nr.	Indicatore operativo	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Livello di tolleranza	Target 2019	Peso	Risultato 2019	Percentuale di raggiungimento
			imprenditoriale.								
2C1 OP	Punto Impresa Turismo e Cultura ●	2C1 OP.1	Realizzazione di almeno 2 iniziative di promozione turistica	Numero iniziative promozione turistica	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥2	20%	4	100%
		2C1 OP.2	Realizzazione di un nuovo catalogo esperienziale in lingua italiana ed inglese in formato digitale e cartaceo	Realizzazione attività	output	Data	+/- 5%	31.12.2019	15%	20.09.2019	100%
		2C1 OP.3	Coinvolgimento di almeno 200 stakeholders (di cui almeno 60 imprese) nelle iniziative di supporto e promozione del turismo (formazione, statistiche + eventi)	Numero imprese coinvolte nell'iniziativa	output	Valore assoluto	+/- 5%	200 (di cui n. 60 imprese)	20%	491 (di cui n. 243 imprese)	100%
		2C1 OP.4	Realizzazione di un blog/instagram tour	Realizzazione attività	Output	data	+/- 5%	31.12.2019	10%	27-29.09.2019	100%
		2C1 OP.5	Realizzazione di almeno 2 iniziative formative	Numero iniziative formative	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥2	15%	3	100%
		2C1 OP.6	Individuazione di almeno 4 attrattori territoriali;	Numero attrattori territoriali individuati	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥4	5%	4	100%
		2C1 OP.7	Individuazione di almeno 5 best practice imprenditoriali	Numero best practice individuate	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥5	5%	8	100%
		2C1 OP.8	Realizzazione di un test sperimentale su un attrattore con utilizzo di metodologie innovative anche BIG Data	Realizzazione attività	output	data	+/- 5%	31.12.2019	5%	Attività realizzata entro l'anno	100%
		2C1 OP.9	Realizzazione dell'evento di presentazione dei risultati dell'indagine entro il mese di luglio 2019.	Realizzazione attività	output	data	+/- 5%	31.12.2019	5%	19.07.2019	100%
2D1 OP	Servizi di Orientamento al lavoro e alle Professioni ●	2D1 OP.1	Coinvolgimento di n. 300 imprese contattate e monitorate nelle azioni della Rete nazionale dei servizi per le Politiche attive del lavoro ed in attività di alternanza.	Numero imprese coinvolte	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥300	10%	573	100%
		2D1 OP.2	Realizzazione di almeno 3 eventi di promozione dell' Alternanza Scuola-lavoro coinvolgendo istituzioni scolastiche ed imprese;	Numero eventi realizzati	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥3	15%	5	100%
		2D1 OP.3	Realizzazione di percorsi di istruzione in alternanza scuola-lavoro della durata di 80/120 ore in a learning rivolti ad almeno 10 classi degli Istituti superiori basati sulla metodologia della mini-impresa	Realizzazione attività	output	Valore assoluto	+/- 5%	31.12.2019	10%	Attività realizzata entro l'anno	100%
		2D1 OP.4	Realizzazione di una iniziativa dedicata all'occupabilità, al lavoro ed alle politiche sociali in raccordo con le istituzioni aderenti al Protocollo di Intesa "Rete Tuscia Lavoro"	Numero iniziative realizzate	output	Valore assoluto	+/- 5%	1	15%	1	100%

		2D1 OP.5	Attivazione di almeno 10 tirocini nell'ambito del progetto "Crescere in Digitale"	Numero tirocini attivati	output	Valore assoluto	+/- 5%	10	10%	N.V.	0	
		2D1 OP.6	Realizzazione Evento di premiazione Premio "Storie di Alternanza" per gli studenti dei licei e degli istituti tecnici e professionali	Realizzazione attività	output	data	+/- 5%	31.12.2019	10%	23.05.2019 29.11.2019	100%	
		2D1 OP.7	Attivazione di un servizio a supporto della certificazione delle competenze	Realizzazione attività	output	data	+/- 5%	31.12.2019	10%	Attività realizzata entro l'anno	100%	
		2D1 OP.8	Erogazione di voucher per almeno 40 imprese	Numero voucher erogati	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥40	20%	62	100%	
Nr.	Obiettivo operativo	Nr.	Indicatore operativo	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Livello di tolleranza	Target 2019	Peso	Risultato 2019	Percentuale di raggiungimento	
2E1 OP	Osservatorio Economico Provinciale ●	2E1 OP.1	Realizzazione di almeno 4 report statistico/economici sulla Tuscia Viterbese.	Numero report realizzati	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥4	30%	12	100%	
		2E1 OP.2	Realizzazione del Rapporto Economico provinciale	Realizzazione attività	output	Data	+/- 5%	31.12.2019	70%	5.07.2019	100%	
<b>Totale 97,5%</b>												
<b>AMBITO STRATEGICO 3 COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE PESO 35%</b>												
<b>Obiettivo Strategico FATTURATO EXPORT PROCINCALE</b>												
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo			Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
3 A 9OS	Incremento del 15% del fatturato export provinciale rispetto al dato dell'anno 2013 ●	Fatturato export provinciale anno 2019 rilevato dall'ISTAT/Fatturato export provinciale anno 2013 rilevato dall'ISTAT			outcome	Valore assoluto	ISTAT	359.992.604€	+/- 5%	374.839.792 €	371.634.439	93%
<b>Obiettivo Strategico NUMERO IMPRESE ADERENTI AL SISTEMA DI CERTIFICAZIONI DOP E IGP</b>												
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo			Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
3 A 10OS	Incremento del 15% delle imprese aderenti al sistema delle certificazioni DOP e IGP rispetto all'anno 2014 INDICATORE NON VALUTABILE	Indicatore non più rilevabile a seguito della completa e definitiva dismissione dell'Organismo di Certificazione avvenuta nel 2019										
<b>Obiettivo Strategico IMPRESE GIOVANILI E FEMMINILI ISCRITTE NEL REGISTRO DELLE IMPRESE</b>												
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo			Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento

3 A 11OS	Tasso incremento delle imprese giovanili e femminili iscritte nel Registro delle imprese rispetto al dato del 31.12.2014 ●	Numero imprese giovanili e femminili iscritte al 31.12.2019	outcome	Valore assoluto	Registro Imprese	13.854	+/- 5%	16.074	13.785	Obiettivo strategico non raggiunto	
<b>Obiettivo Strategico NUMERO CONTRATTI DI RETE ISCRITTI NEL REGISTRO DELLE IMPRESE</b>											
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento	
3 A 12OS	Tasso di incremento numero dei contratti di rete iscritti nel registro delle imprese rispetto al dato del 31.12.2014 ●	Numero contratti di rete iscritti al 31.12.2019/numero contratti di rete iscritti al 31.12.2014	output	Percentuale	Registro Imprese	438,88%	+/- 5%	100%	487,89%	Obiettivo strategico raggiunto	
<b>Obiettivo Strategico NUMERO IMPRESE COINVOLTE NELLE INIZIATIVE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE REALIZZATE DALL'ENTE</b>											
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento	
3 A 13OS	Tasso di incremento del numero di imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione realizzate dall'Ente rispetto al 2014 ●	Numero imprese coinvolte nel 2019/numero imprese coinvolte nel 2014	output	Percentuale	Uffici camerale	158,82%	+/- 5%	20% di incremento (51 imprese)	79	Obiettivo strategico raggiunto	
<b>Obiettivo Strategico LIVELLO DI DIFFUSIONE DEL SERVIZIO DI CONCILIAZIONE/MEDIAZIONE</b>											
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento	
3 B 14OS	Tasso di incremento del livello di diffusione del servizio di conciliazione/mediazione rispetto al dato del 2014 ●	(Numero domande di conciliazione/mediazione anno 2020/Numero imprese registrate al 31.12.2020)/ (Numero domande di conciliazione/mediazione anno 2014/Numero imprese registrate al 31.12.2014)	output	Percentuale	Ufficio Regolazione del mercato	-28%	+/- 5%	Incremento del 10% del rapporto(1,38%)	0,76%	Obiettivo strategico non raggiunto	
Nr.	Obiettivo operativo	Nr.	Indicatore operativo	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Livello di tolleranza	Target 2019	Peso	Risultato 2019	Percentuale di raggiungimento
3 A1 OP	Sportello Impresa ●	3 A1 OP.1	Coivolgimento di almeno 80 utenti, già in possesso del diploma di scuola superiore e/o provenienti da percorsi ITS, nelle attività a sportello per il supporto al placement.	Numero utenti coinvolti	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥80	20%	92	100%
		3 A1 OP.2	Comitato Imprenditoria Femminile: realizzazione di almeno 3 iniziative di formazione/informazione. ♀	Numero iniziative realizzate	Output	Valore assoluto	+/- 5%	≥3	10%	5	100%
		3 A1 OP.3	Comitato Imprenditoria Femminile: Realizzazione di un evento di	Realizzazione evento	output	data	+/- 5%	31.12.2019	25%	21.09.2019	100%

			valorizzazione dell'imprenditoria femminile nella Tuscia . ♀									
		3 A1 OP.4	Emissione di un bando per il sostegno all'autoimprenditorialità	Emissione bando	output	data	+/- 5%	31.12.2019	25%	05.06.2019	100%	
3 A1 OP	Sportello Impresa ●	3 A1 OP.5	Realizzazione di n percorso formativo destinato ad aspiranti imprenditori e neo imprenditori	Realizzazione percorso	output	data	+/- 5%	31.12.2019	20%	Attività realizzata nel secondo semestre 2019	100%	
Nr.	Obiettivo operativo	Nr.	Indicatore operativo	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Livello di tolleranza	Target 2019	Peso	Risultato 2019	Percentuale di raggiungimento	
3 A3 OP	Internazionalizzazione ●	3 A3 OP.1	Coinvolgimento diretto di almeno il 5% delle imprese potenziali esportatrici	Percentuale imprese coinvolte	output	percentuale	+/- 5%	5%	50%	24%	100%	
		3 A3 OP.2	Coinvolgimento di almeno il 5% delle imprese occasionalmente esportatrici;	percentuale imprese coinvolte	output	percentuale	+/- 5%	5%	50%	31%	100%	
3 A4 OP	Punto Impresa Digitale ●	3 A4 OP.1	Coinvolgimento di almeno 80 imprese nelle attività formative, informative e di supporto.	Numero imprese coinvolte	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥80	30%	196	100%	
		3 A4 OP.2	Emanazione di un bando per l'erogazione di voucher alle imprese	Realizzazione attività	output	data	+/- 5%	31.12.2019	20%	09.04.2019	100%	
		3 A4 OP.3	Erogazione di voucher per almeno 20 imprese	Numero di voucher erogati	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥20	25%	33	100%	
		3 A4 OP.4	Rilascio di almeno 40 dispositivi di Identità Digitale	Numero dispositivi rilasciati	Output	Valore assoluto	+/- 5%	≥40	10%	67	100%	
		3 A4 OP.5	Realizzazione di almeno 5 giornate formative	Numero giornate formative	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥5	15%	13	100%	
3 A5 OP	Sviluppo e qualificazione aziendale dei prodotti ●	3 A5 OP.1	Elaborazione o revisione di almeno un disciplinare di produzione o erogazione servizi marchio Collettivo Tuscia Viterbese;	Numero elaborazioni o revisioni	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥1	30%	1	100%	
		3 A5 OP.2	Inserimento di almeno 10 nuove imprese in qualità di licenziate o affiliate (punti vendita) al marchio collettivo Tuscia Viterbese	Numero nuove licenze o affiliazioni	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥10	20%	14	100%	
		3 A5 OP.3	Almeno 50 verifiche tra nuovi richiedenti la licenza d'uso e l'affiliazione (punti vendita) al marchio Tuscia Viterbese e le imprese già licenziate	Numero verifiche tra licenziari e affiliati	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥50	30%	50	100%	
		3 A5 OP.4	Realizzazione di almeno un evento divulgativo inerente il Marchio Collettivo Tuscia Viterbese	Realizzazione evento	output	data	+/- 5%	30.12.2019	20%	13.12.2019	100%	
3 A6 OP	Gestioni progetti finanziati dal Progetti Europei ●	3 A6 OP.1	Proposizione unitamente ad altri partner europei di almeno n. 2 progetti comunitari e rendicontazione nei tempi previsti dei progetti già in essere	Numero progetti comunitari presentati	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥2	100%	2	100%	
3 B1 OP	Tutela della proprietà industriale ●	3 B1 OP.1	Realizzazione di almeno 3 workshop in materia di proprietà industriale	Numero incontri realizzati	output	Valore assoluto	+/- 5%	3	100%	3	100%	
		3 B2 OP.1	Prodotti DPI: Realizzazione di almeno 1 ispezione con 4 controlli sui prodotti (1 completo e 3 documentali)	Numero ispezioni e controlli realizzati	output	Valore assoluto	+/- 5%	1 ispezione 4 controlli	25%	1 ispezione 4 controlli	100%	

3 B2 OP	Vigilanza del mercato ●	3 B2 OP.2	Prodotti tessili: Realizzazione di almeno 1 ispezione con 4 controlli sui prodotti (1 completo e 3 documentali)	Numero ispezioni e controlli realizzati	output	Valore assoluto	+/- 5%	1 ispezione 4 controlli	25%	1 ispezione 4 controlli	100%
		3 B2 OP.3	Calzature: Realizzazione di almeno 1 ispezione con 4 controlli sui prodotti (1 completo e 3 documentali)	Numero ispezioni e controlli realizzati	output	Valore assoluto	+/- 5%	1 ispezione 4 controlli	25%	1 ispezione 4 controlli	100%
Nr.	Obiettivo operativo	Nr.	Indicatore operativo	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Livello di tolleranza	Target 2019	Peso	Risultato 2019	Percentuale di raggiungimento
3 B2 OP	Vigilanza del mercato ●	3 B2 OP.4	Elettrici: Realizzazione di almeno 1 ispezione con 4 controlli sui prodotti (1 completo e 3 documentali)	Numero ispezioni e controlli realizzati	output	Valore assoluto	+/- 5%	1 ispezione 4 controlli	25%	1 ispezione 4 controlli	100%
<b>Totale 100%</b>											

Indicatore	Algoritmo di calcolo	Risultato 2019
Indicatore sintetico di Ente	Media dei valori del grado di raggiungimento degli obiettivi operativi	<b>99,12%</b>

<b>PERFORMANCE AREA 0: SEGRETARIO GERERALE E UFFICI DI STAFF</b>											
<b>AMBITO STRATEGICO</b>										<b>PESO</b>	
<b>1 COMPETITIVITA' DELL'ENTE</b>										<b>30%</b>	
<b>Obiettivo Strategico GRADO DI SODDISFAZIONE DELL'UTENZA IN GENERALE SUI SERVIZI EROGATI DALL'ENTE CAMERALE</b>											
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento	
1A 1 OS	Raggiungimento di un grado di soddisfazione dell'utenza in generale sui servizi erogati dall'Ente camerale nella misura di almeno l'80% ●	Grado di soddisfazione rilevato	qualità	Percentuale	Rilevazione camerale	89,5%	+/- 5%	> 80%	98,7%	Obiettivo strategico raggiunto	
<b>Obiettivo Strategico INCIDENZA DEGLI ONERI DI FUNZIONAMENTO SUGLI ONERI CORRENTI</b>											
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento	

1A 2OS	Riduzione del tasso di incidenza degli oneri di funzionamento sugli oneri correnti nella misura del 5% rispetto al dato 2014 ●	Oneri funzionamento/oneri correnti	Economicità	Percentuale	Contabilità	29,96%	+/- 5%	≤23,87	23,22	Obiettivo strategico raggiunto
--------	--	------------------------------------	-------------	-------------	-------------	--------	--------	--------	-------	--------------------------------

**Obiettivo Strategico** **PERCENTUALE DI INCASSO DEL DIRITTO ANNUALE**

Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
1A 3OS	Tasso di incremento della riscossione del diritto annuale rispetto al dato 2014 ●	Totale diritto annuale incassato al 31.12 al netto di interessi e delle sanzioni/Voce di conto economico: A1 diritto annuale al netto del valore degli interessi e delle sanzioni	Economicità	Percentuale	Contabilità	67%	+/- 5%	≥78,87%	65,88	Obiettivo strategico non raggiunto

Nr.	Obiettivo operativo	Nr.	Indicatore operativo	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Livello di tolleranza	Target 2019	Peso	Risultato 2019	Percentuale raggiungimento
1A 1OP	Comunicazione e trasparenza ●	1A 1OP1	Inserimento di un 5% in più per i contatti newsletter rispetto al dato dell'anno 2019	Contatti newsletter inseriti 2020/contatti newsletter 2019	Output	Valore assoluto	+/- 5%	8657	40%	8973	100%
		1A 1OP2	Aumento di almeno il 5% dei contatti su facebook	Contatti facebook 2020/contatti facebook 2019	Output	Valore assoluto	+/- 5%	1171	25%	1281	100%
		1A 1OP3	Realizzazione di un'iniziativa di presentazione dei servizi offerti agli stakeholders nell'ambito della giornata della Trasparenza	Realizzazione attività	Output	Data		30.06.2019	35%	11-17.03.2019	100%
1B 1OP	Recupero diritto annuale e crediti camerali ●	1B 1OP1	Analisi di tutte le posizioni debitorie attive al 31.12.2018 ed attivazione delle azioni di recupero nell'ambito del progetto promosso da Unioncamere	Realizzazione attività	Economicità	Valore assoluto	Registro imprese	31.12.2019	30%	Attività realizzata entro l'anno	100%
		1B 1OP2	Emissione del ruolo diritto annuale 2015 entro il I semestre 2019	Realizzazione attività	Output	Valore assoluto	Registro imprese	30.06.2019	40%	Attività realizzata nel secondo semestre 2019*	100%
		1B 1OP3	Emissione processi verbali di accertamento relativamente alle posizioni morose anno 2016 in raccordo con l'iniziativa promossa da Unioncamere	Realizzazione attività	Output	Valore assoluto	Registro imprese	31.12.2019	30%	Attività realizzata entro l'anno	100%

**Totale 100%**

- Come sarà precisato nella parte riservata alla descrizione delle attività realizzate per ogni indicatore, l'indicatore operativo in questione si ritiene essere stato conseguito con successo in quanto lo spostamento dell'attività nel secondo semestre è stato dovuto alla decisione dell'Ente di procedere all'emissione del ruolo diritto annuale anche per l'annualità 2016

**AMBITO STRATEGICO** **2 COMPETITIVITA' DEL TERRITORIO** **PESO 35%**

**Obiettivo Strategico** **PRATICHE SUAP TELEMATICHE**

Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
----	-----------------------	----------------------	-----------	-----------------	----------------	-------------------------	-----------------------	-------------	---------------------	-------------------------------

<b>2B 40S</b>	Tasso di incremento delle pratiche SUAP telematiche rispetto al 2014 ●	Numero pratiche SUAP telematiche presentate anno 2020/Numero pratiche SUAP telematiche anno 2014	Output	Percentuale	Registro Imprese	1567	+/- 5%	1798	3798	<b>Obiettivo strategico raggiunto</b>	
<b>Obiettivo Strategico FLUSSO TURISTICO PROVINCIALE</b>											
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento	
<b>2C 50S</b>	Incremento del 20% del flusso turistico provinciale rispetto al dato dell'anno 2013 ●	Flusso turistico nella città di Viterbo rilevato dall'ISTAT	Outcome	Valore assoluto	ISTAT	235.238	+/- 5%	243.442	306.532	<b>Obiettivo strategico raggiunto</b>	
<b>Obiettivo Strategico DURATA MEDIA PRESENZA TURISTI</b>											
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento	
<b>2C 60S</b>	Incremento della durata media presenza turisti nella città di Viterbo del 20% rispetto al dato dell'anno 2013 ●	Durata presenza media turisti nella città di Viterbo	Outcome	Valore assoluto	ISTAT	5,61	+/- 5%	5,88	3,8	<b>Obiettivo strategico non raggiunto</b>	
<b>Obiettivo Strategico FATTURATO IMPRESE LICENZIATARIE DEL MARCHIO COLLETTIVO TUSCIA VITERBESE</b>											
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento	
<b>2C 70S</b>	Incremento medio del 20% del fatturato delle imprese licenziatrici del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese rispetto al dato del 2013 <b>INDICATORE NON VALUTABILE</b>	Fatturato 2019 panel imprese licenziatrici Marchio Collettivo Tuscia Viterbese/Fatturato 2013 panel imprese licenziatrici Marchio Collettivo Tuscia Viterbese	Outcome	Valore assoluto	Registro Imprese	65.255.529€	+/- 5%	103.180.581,60€	A causa dell'emergenza epidemica da COVID 19, che ha anche comportato lo slittamento dei termini di adozione del bilancio consuntivo da parte delle imprese, l'Ente ha deciso di non procedere alla rilevazione del dato in questione per l'annualità 2019		
<b>Obiettivo Strategico COINVOLGIMENTO DELLE IMPRESE DEL TESSUTO ECONOMICO LOCALE ALLE INIZIATIVE DI FORMAZIONE PROFESSIONALE REALIZZATE DALL'ENTE</b>											
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento	
<b>2C 80S</b>	Tasso incremento medio del grado di coinvolgimento delle imprese del tessuto economico locale alle iniziative di formazione professionale realizzate dall'Ente rispetto al 31.12.2014 ●	Numero di imprese coinvolte nelle iniziative anno 2019/numero di imprese coinvolte nelle iniziative anno 2014	Efficacia	percentuale	Uffici camerali	117,5%	+/- 5%	+ 50%	178%	<b>Obiettivo strategico raggiunto</b>	
Nr.	Obiettivo operativo	Nr.	Indicatore operativo	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Livello di tolleranza	Target 2019	Peso	Risultato 2019	Percentuale di raggiungimento
2B1 OP	E-GOV sportello unico attività produttive e fascicolo elettronico di impresa	2B1 OP.1	Realizzazione di almeno 2 iniziative dedicate ai Comuni ai fini della piena	Realizzazione attività	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥2	50%	10	100%

			attuazione dei nuovi regimi amministrativi per l'esercizio delle attività produttive;									
2B1 OP	E-GOV sportello unico attività produttive e fascicolo elettronico di impresa ●	2B1 OP.2	Realizzazione di un ciclo di seminari tecnici (almeno 3) rivolti ad associazioni di categoria e professionisti sull'uso dei servizi telematici ai fini degli adempimenti amministrativi necessari per l'avvio e/o la modifica di un'attività imprenditoriale.	Realizzazione attività	Output	Valore assoluto	+/- 5%	≥3	50%	4	100%	
Nr.	Obiettivo operativo	Nr.	Indicatore operativo	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Livello di tolleranza	Target 2019	Peso	Risultato 2019	Percentuale di raggiungimento	
2E1 OP	Osservatorio Economico Provinciale ●	2E1 OP.1	Realizzazione di almeno 4 report statistico/economici sulla Tuscia Viterbese.	Numero report realizzati	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥4	30%	12	100%	
		2E1 OP.2	Realizzazione del Rapporto Economico provinciale	Realizzazione attività	output	Data	+/- 5%	31.12.2019	70%	5.07.2019	100%	
<b>Totale 100%</b>												
<b>AMBITO STRAT 3 COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE PESO 35%</b>												
<b>Obiettivo Strategico FATTURATO EXPORT PROCINCIALE</b>												
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo			Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
3 A 90S	Incremento del 15% del fatturato export provinciale rispetto al dato dell'anno 2013 ●	Fatturato export provinciale anno 2019 rilevato dall'ISTAT/Fatturato export provinciale anno 2013 rilevato dall'ISTAT			outcome	Valore assoluto	ISTAT	359.992.604€	+/- 5%	374.839.792 €	371.634.439	93%
<b>Obiettivo Strategico NUMERO IMPRESE ADERENTI AL SISTEMA DI CERTIFICAZIONI DOP E IGP</b>												
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo			Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
3 A 100S	Incremento del 15% delle imprese aderenti al sistema delle certificazioni DOP e IGP rispetto all'anno 2014 INDICATORE NON VALUTABILE	Indicatore non più rilevabile a seguito della completa e definitiva dismissione dell'Organismo di Certificazione avvenuta nel 2019										
<b>Obiettivo Strategico IMPRESE GIOVANILI E FEMMINILI ISCRITTE NEL REGISTRO DELLE IMPRESE</b>												
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo			Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
3 A 110S	Tasso incremento delle imprese giovanili e femminili iscritte nel Registro delle imprese rispetto al dato del 31.12.2014 ●	Numero imprese giovanili e femminili iscritte al 31.12.2019			outcome	Valore assoluto	Registro Imprese	13.854	+/- 5%	16.074	13.785	Obiettivo strategico non raggiunto



Obiettivo Strategico NUMERO CONTRATTI DI RETE ISCRITTI NEL REGISTRO DELLE IMPRESE											
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento	
3 A 12OS	Tasso di incremento numero dei contratti di rete iscritti nel registro delle imprese rispetto al dato del 31.12.2014 ●	Numero contratti di rete iscritti al 31.12.2019/numero contratti di rete iscritti al 31.12.2014	output	Percentuale	Registro Imprese	438,88%	+/- 5%	100%	487,89%	Obiettivo strategico raggiunto	
Obiettivo Strategico NUMERO IMPRESE COINVOLTE NELLE INIZIATIVE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE REALIZZATE DALL'ENTE											
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento	
3 A 13OS	Tasso di incremento del numero di imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione realizzate dall'Ente rispetto al 2014 ●	Numero imprese coinvolte nel 2019/numero imprese coinvolte nel 2014	output	Percentuale	Uffici camerali	158,82%	+/- 5%	20% di incremento (51 imprese)	79	Obiettivo strategico raggiunto	
Obiettivo Strategico LIVELLO DI DIFFUSIONE DEL SERVIZIO DI CONCILIAZIONE/MEDIAZIONE											
Nr	Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento	
3 B 14OS	Tasso di incremento del livello di diffusione del servizio di conciliazione/mediazione rispetto al dato del 2014 ●	(Numero domande di conciliazione/mediazione anno 2020/Numero imprese registrate al 31.12.2020)/ (Numero domande di conciliazione/mediazione anno 2014/Numero imprese registrate al 31.12.2014)	output	Percentuale	Ufficio Regolazione del mercato	-28%	+/- 5%	Incremento del 10% del rapporto(1,38%)	0,76%	Obiettivo strategico non raggiunto	
Nr.	Obiettivo operativo	Nr.	Indicatore operativo	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Livello di tolleranza	Target 2019	Peso	Risultato 2019	Percentuale di raggiungimento
3 A4 OP	Punto Impresa Digitale ●	3 A4 OP.1	Coinvolgimento di almeno 80 imprese nelle attività formative, informative e di supporto.	Numero imprese coinvolte	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥80	30%	196	100%
		3 A4 OP.2	Emanazione di un bando per l'erogazione di voucher alle imprese	Realizzazione attività	output	data	+/- 5%	31.12.2019	20%	09.04.2019	100%
		3 A4 OP.3	Erogazione di voucher per almeno 20 imprese	Numero di voucher erogati	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥20	25%	33	100%
		3 A4 OP.4	Rilascio di almeno 40 dispositivi di Identità Digitale	Numero dispositivi rilasciati	Output	Valore assoluto	+/- 5%	≥40	10%	67	100%
		3 A4 OP.5	Realizzazione di almeno 5 giornate formative	Numero giornate formative	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥5	15%	13	100%
3 A6 OP	Gestioni progetti finanziati dal Progetti Europei ●	3 A6 OP.1	Proposizione unitamente ad altri partner europei di almeno n. 2 progetti comunitari e rendicontazione nei tempi previsti dei progetti già in essere	Numero progetti comunitari presentati	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥2	100%	2	100%
<b>Totale 100%</b>											

Indicatore	Algoritmo di calcolo	Risultato 2019
Indicatore sintetico di Area 0	Media dei valori del grado di raggiungimento degli obiettivi operativi	<b>100%</b>

PERFORMANCE AREA 1: dell' Area Servizi Amministrativi, Servizi alle Imprese, Marketing ed Internazionalizzazione, tutela del Mercato										
AMBITO STRATEGICO										PESO
1 COMPETITIVITA' DELL'ENTE										30%
Obiettivo Strategico	GRADO DI SODDISFAZIONE DELL'UTENZA IN GENERALE SUI SERVIZI EROGATI DALL'ENTE CAMERALE									
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
1A 1 OS	Raggiungimento di un grado di soddisfazione dell'utenza in generale sui servizi erogati dall'Ente camerale nella misura di almeno l'80% ●	Grado di soddisfazione rilevato	qualità	Percentuale	Rilevazione camerale	89,5%	+/- 5%	> 80%	98,7%	Obiettivo strategico raggiunto
Obiettivo Strategico	INCIDENZA DEGLI ONERI DI FUNZIONAMENTO SUGLI ONERI CORRENTI									
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
1A 2 OS	Riduzione del tasso di incidenza degli oneri di funzionamento sugli oneri correnti nella misura del 5% rispetto al dato 2014 ●	Oneri funzionamento/oneri correnti	Economicità	Percentuale	Contabilità	29,96%	+/- 5%	≤23,87	23,22	Obiettivo strategico raggiunto
Obiettivo Strategico	PERCENTUALE DI INCASSO DEL DIRITTO ANNUALE									
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
1A 3 OS	Tasso di incremento della riscossione del diritto annuale rispetto al dato 2014 ●	Totale diritto annuale incassato al 31.12 al netto di interessi e delle sanzioni/Voce di conto economico: A1 diritto annuale al netto del valore degli interessi e delle sanzioni	Economicità	Percentuale	Contabilità	67%	+/- 5%	≥78,87%	65,88	Obiettivo strategico non raggiunto

Nr.	Obiettivo operativo	Nr.	Indicatore operativo	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Livello di tolleranza	Target 2019	Peso	Risultato 2019	Percentuale raggiungimento	
1 B 2 OP	Semplificazione gestione dei processi contabili trasversali e correlati a più servizi ●	1 B 2 OP1	Riorganizzazione gestione piano dei conti correlato ai servizi trasversali entro il mese di luglio	Realizzazione attività	Efficienza	Ufficio Bilancio	Ufficio Bilancio	31.07.2019	100%	22.02.2019	100%	
1B 3 OP	Riorganizzazione gestione piano dei conti correlato ai servizi trasversali entro il mese di luglio ●	1B 3 OP1	Programmazione gestione nuovi contratti entro il primo semestre 2019	Realizzazione attività	Efficienza	Valore assoluto	Ufficio Provveditorato	30.06.2019	100%	30.06.2019	100%	
<b>Totale 100%</b>												
<b>AMBITO STRATEGICO PESO 35%</b>												
<b>2 COMPETITIVITA' DEL TERRITORIO</b>												
<b>Obiettivo Strategico PRATICHE SUAP TELEMATICHE</b>												
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo			Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
<b>2B 4OS</b>	Tasso di incremento delle pratiche SUAP telematiche rispetto al 2014 ●	Numero pratiche SUAP telematiche presentate anno 2020/Numero pratiche SUAP telematiche anno 2014			Output	Percentuale	Registro Imprese	1567	+/- 5%	1798	3798	<b>Obiettivo strategico raggiunto</b>
<b>Obiettivo Strategico FLUSSO TURISTICO PROVINCIALE</b>												
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo			Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
<b>2C 5OS</b>	Incremento del 20% del flusso turistico provinciale rispetto al dato dell'anno 2013 ●	Flusso turistico nella città di Viterbo rilevato dall'ISTAT			Outcome	Valore assoluto	ISTAT	235.238	+/- 5%	243.442	306.532	<b>Obiettivo strategico raggiunto</b>
<b>Obiettivo Strategico DURATA MEDIA PRESENZA TURISTI</b>												
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo			Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
<b>2C 6OS</b>	Incremento della durata media presenza turisti nella città di Viterbo del 20% rispetto al dato dell'anno 2013 ●	Durata presenza media turisti nella città di Viterbo			Outcome	Valore assoluto	ISTAT	5,61	+/- 5%	5,88	3,8	<b>Obiettivo strategico non raggiunto</b>
<b>Obiettivo Strategico FATTURATO IMPRESE LICENZIARIE DEL MARCHIO COLLETTIVO TUSCIA VITERBESE</b>												
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo			Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
<b>2C 7OS</b>	Incremento medio del 20% del fatturato delle imprese licenziatarie del Marchio Collettivo Tuscia Viterbese rispetto al dato	Fatturato 2019 panel imprese licenziatarie Marchio Collettivo Tuscia Viterbese/Fatturato 2013 panel imprese licenziatarie Marchio			Outcome	Valore assoluto	Registro Imprese	65.255.529€	+/- 5%	103.180.581,60€	<b>A causa dell'emergenza epidemiologica da COVID 19, che ha anche comportato lo slittamento dei termini di adozione del bilancio consuntivo da parte delle imprese, l'Ente ha deciso di</b>	

	del 2013 INDICATORE NON VALUTABILE	Collettivo Tuscia Viterbese									non procedere alla rilevazione del dato in questione per l'annualità 2019
<b>Obiettivo Strategico COINVOLGIMENTO DELLE IMPRESE DEL TESSUTO ECONOMICO LOCALE ALLE INIZIATIVE DI FORMAZIONE PROFESSIONALE REALIZZATE DALL'ENTE</b>											
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo		Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
2C 80S	Tasso incremento medio del grado di coinvolgimento delle imprese del tessuto economico locale alle iniziative di formazione professionale realizzate dall'Ente rispetto al 31.12.2014 ●	Numero di imprese coinvolte nelle iniziative anno 2019/numero di imprese coinvolte nelle iniziative anno 2014		Efficacia	percentuale	Uffici camerali	117,5%	+/- 5%	+ 50%	178%	Obiettivo strategico raggiunto
Nr.	Obiettivo operativo	Nr.	Indicatore operativo	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Livello di tolleranza	Target 2019	Peso	Risultato 2019	Percentuale di raggiungimento
2C1 OP	Punto Impresa Turismo e Cultura ●	2C1 OP.1	Realizzazione di almeno 2 iniziative di promozione turistica	Numero iniziative promozione turistica	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥2	20%	4	100%
		2C1 OP.2	Realizzazione di un nuovo catalogo esperienziale in lingua italiana ed inglese in formato digitale e cartaceo	Realizzazione attività	output	Data	+/- 5%	31.12.2019	15%	20.09.2019	100%
		2C1 OP.3	Coinvolgimento di almeno 200 stakeholders (di cui almeno 60 imprese) nelle iniziative di supporto e promozione del turismo (formazione, statistiche + eventi)	Numero imprese coinvolte nell'iniziativa	output	Valore assoluto	+/- 5%	200 (di cui n. 60 imprese)	20%	491 (di cui n. 243 imprese)	100%
		2C1 OP.4	Realizzazione di un blog/instagram tour	Realizzazione attività	Output	data	+/- 5%	31.12.2019	10%	27-29.09.2019	100%
		2C1 OP.5	Realizzazione di almeno 2 iniziative formative	Numero iniziative formative	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥2	15%	3	100%
		2C1 OP.6	Individuazione di almeno 4 attrattori territoriali;	Numero attrattori territoriali individuati	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥4	5%	4	100%
		2C1 OP.7	Individuazione di almeno 5 best practice imprenditoriali	Numero best practice individuate	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥5	5%	8	100%
		2C1 OP.8	Realizzazione di un test sperimentale su un attrattore con utilizzo di metodologie innovative anche BIG Data	Realizzazione attività	output	data	+/- 5%	31.12.2019	5%	Attività realizzata entro l'anno	100%
		2C1 OP.9	Realizzazione dell'evento di presentazione dei risultati dell'indagine entro il mese di luglio 2019.	Realizzazione attività	output	data	+/- 5%	31.12.2019	5%	19.07.2019	100%

Nr.	Obiettivo operativo	Nr.	Indicatore operativo	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Livello di tolleranza	Target 2019	Peso	Risultato 2019	Percentuale di raggiungimento
2D1 OP	Servizi di Orientamento al lavoro e alle Professioni ●	2D1 OP.1	Coinvolgimento di n. 300 imprese contattate e monitorate nelle azioni della Rete nazionale dei servizi per le Politiche attive del lavoro ed in attività di alternanza.	Numero imprese coinvolte	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥300	10%	573	100%
		2D1 OP.2	Realizzazione di almeno 3 eventi di promozione dell' Alternanza Scuola-lavoro coinvolgendo istituzioni scolastiche ed imprese;	Numero eventi realizzati	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥3	15%	5	100%
		2D1 OP.3	Realizzazione di percorsi di istruzione in alternanza scuola-lavoro della durata di 80/120 ore in a learning rivolti ad almeno 10 classi degli Istituti superiori basati sulla metodologia della mini-impresa	Realizzazione attività	output	Valore assoluto	+/- 5%	31.12.2019	10%	Attività realizzata entro l'anno	100%
		2D1 OP.4	Realizzazione di una iniziativa dedicata all'occupabilità, al lavoro ed alle politiche sociali in raccordo con le istituzioni aderenti al Protocollo di Intesa "Rete Tuscia Lavoro"	Numero iniziative realizzate	output	Valore assoluto	+/- 5%	1	15%	1	100%
		2D1 OP.5	Attivazione di almeno 10 tirocini nell'ambito del progetto "Crescere in Digitale"	Numero tirocini attivati	output	Valore assoluto	+/- 5%	10	10%	N.V.	0
		2D1 OP.6	Realizzazione Evento di premiazione Premio "Storie di Alternanza" per per gli studenti dei licei e degli istituti tecnici e professionali	Realizzazione attività	output	data	+/- 5%	31.12.2019	10%	23.05.2019 29.11.2019	100%
		2D1 OP.7	Attivazione di un servizio a supporto della certificazione delle competenze	Realizzazione attività	output	data	+/- 5%	31.12.2019	10%	Attività realizzata entro l'anno	100%
		2D1 OP.8	Erogazione di voucher per almeno 40 imprese	Numero voucher erogati	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥40	20%	62	100%

**Totale 95%**

<b>AMBITO STRAT 3 COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE</b>	<b>PESO 35%</b>
--	-----------------

<b>Obiettivo Strategico FATTURATO EXPORT PROCINCALE</b>
---

Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
3 A 90S	Incremento del 15% del fatturato export provinciale rispetto al dato dell'anno 2013	Fatturato export provinciale anno 2019 rilevato dall'ISTAT/Fatturato export provinciale anno 2013 rilevato dall'ISTAT ●	outcome	Valore assoluto	ISTAT	359.992.604€	+/- 5%	374.839.792 €	371.634.439	93%

<b>Obiettivo Strategico NUMERO IMPRESE ADERENTI AL SISTEMA DI CERTIFICAZIONI DOP E IGP</b>
--

Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
----	-----------------------	----------------------	-----------	-----------------	----------------	-------------------------	-----------------------	-------------	---------------------	-------------------------------

3 A 10OS	Incremento del 15% delle imprese aderenti al sistema delle certificazioni DOP e IGP rispetto all'anno 2014 INDICATORE NON VALUTABILE	Indicatore non più rilevabile a seguito della completa e definitiva dismissione dell'Organismo di Certificazione avvenuta nel 2019								
<b>Obiettivo Strategico IMPRESE GIOVANILI E FEMMINILI ISCRITTE NEL REGISTRO DELLE IMPRESE</b>										
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
3 A 11OS	Tasso incremento delle imprese giovanili e femminili iscritte nel Registro delle imprese rispetto al dato del 31.12.2014 ●	Numero imprese giovanili e femminili iscritte al 31.12.2019	outcome	Valore assoluto	Registro Imprese	13.854	+/- 5%	16.074	13.785	Obiettivo strategico non raggiunto
<b>Obiettivo Strategico NUMERO CONTRATTI DI RETE ISCRITTI NEL REGISTRO DELLE IMPRESE</b>										
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
3 A 12OS	Tasso di incremento numero dei contratti di rete iscritti nel registro delle imprese rispetto al dato del 31.12.2014 ●	Numero contratti di rete iscritti al 31.12.2019/numero contratti di rete iscritti al 31.12.2014	output	Percentuale	Registro Imprese	438,88%	+/- 5%	100%	487,89%	Obiettivo strategico raggiunto
<b>Obiettivo Strategico NUMERO IMPRESE COINVOLTE NELLE INIZIATIVE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE REALIZZATE DALL'ENTE</b>										
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
3 A 13OS	Tasso di incremento del numero di imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione realizzate dall'Ente rispetto al 2014 ●	Numero imprese coinvolte nel 2019/numero imprese coinvolte nel 2014	output	Percentuale	Uffici camerati	158,82%	+/- 5%	20% di incremento (51 imprese)	79	Obiettivo strategico raggiunto
<b>Obiettivo Strategico LIVELLO DI DIFFUSIONE DEL SERVIZIO DI CONCILIAZIONE/MEDIAZIONE</b>										
Nr	Indicatore Strategico	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Fonte dei dati	Ultimo dato disponibile	Livello di tolleranza	Target 2019	Risultato raggiunto	Percentuale di raggiungimento
3 B 14OS	Tasso di incremento del livello di diffusione del servizio di conciliazione/mediazione rispetto al dato del 2014 ●	(Numero domande di conciliazione/mediazione anno 2020/Numero imprese registrate al 31.12.2020)/ (Numero domande di conciliazione/mediazione anno 2014/Numero imprese registrate al 31.12.2014)	output	Percentuale	Ufficio Regolazione del mercato	-28%	+/- 5%	Incremento del 10% del rapporto(1,38%)	0,76%	Obiettivo strategico non raggiunto

Nr.	Obiettivo operativo	Nr.	Indicatore operativo	Algoritmo di calcolo	Tipologia	Unità di misura	Livello di tolleranza	Target 2019	Peso	Risultato 2019	Percentuale di raggiungimento
3 A1 OP	Sportello Impresa ●	3 A1 OP.1	Coinvolgimento di almeno 80 utenti, già in possesso del diploma di scuola superiore e/o provenienti da percorsi ITS, nelle attività a sportello per il supporto al placement.	Numero utenti coinvolti	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥80	20%	92	100%
		3 A1 OP.2	Comitato Imprenditoria Femminile: realizzazione di almeno 3 iniziative di formazione/informazione. ♀	Numero iniziative realizzate	Output	Valore assoluto	+/- 5%	≥3	10%	5	100%
		3 A1 OP.3	Comitato Imprenditoria Femminile: Realizzazione di un evento di valorizzazione dell'imprenditoria femminile nella Toscana ♀	Realizzazione evento	output	data	+/- 5%	31.12.2019	25%	21.09.2019	100%
		3 A1 OP.4	Emissione di un bando per il sostegno all'autoimprenditorialità	Emissione bando	output	data	+/- 5%	31.12.2019	25%	05.06.2019	100%
		3 A1 OP.5	Realizzazione di n percorso formativo destinato ad aspiranti imprenditori e neo imprenditori	Realizzazione percorso	output	data	+/- 5%	31.12.2019	20%	Attività realizzata nel secondo semestre 2019	100%
3 A3 OP	Internazionalizzazione ●	3 A3 OP.1	Coinvolgimento diretto di almeno il 5% delle imprese potenziali esportatrici	Percentuale imprese coinvolte	output	percentuale	+/- 5%	5%	50%	24%	100%
		3 A3 OP.2	Coinvolgimento di almeno il 5% delle imprese occasionalmente esportatrici;	percentuale imprese coinvolte	output	percentuale	+/- 5%	5%	50%	31%	100%
3 A5 OP	Sviluppo e qualificazione aziendale dei prodotti ●	3 A5 OP.1	Elaborazione o revisione di almeno un disciplinare di produzione o erogazione servizi marchio Collettivo Tuscia Viterbese;	Numero elaborazioni o revisioni	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥1	30%	1	100%
		3 A5 OP.2	Inserimento di almeno 10 nuove imprese in qualità di licenziatarie o affiliate (punti vendita) al marchio collettivo Tuscia Viterbese	Numero nuove licenze o affiliazioni	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥10	20%	14	100%
		3 A5 OP.3	Almeno 50 verifiche tra nuovi richiedenti la licenza d'uso e l'affiliazione (punti vendita) al marchio Tuscia Viterbese e le imprese già licenziatarie	Numero verifiche tra licenziatari e affiliati	output	Valore assoluto	+/- 5%	≥50	30%	50	100%
		3 A5 OP.4	Realizzazione di almeno un evento divulgativo inerente il Marchio Collettivo Tuscia Viterbese	Realizzazione evento	output	data	+/- 5%	30.12.2019	20%	13.12.2019	100%
3 B1 OP	Tutela della proprietà industriale ●	3 B1 OP.1	Realizzazione di almeno 3 workshop in materia di proprietà industriale	Numero incontri realizzati	output	Valore assoluto	+/- 5%	3	100%	3	100%
3 B2 OP	Vigilanza del mercato ●	3 B2 OP.1	Prodotti DPI: Realizzazione di almeno 1 ispezione con 4 controlli sui prodotti (1 completo e 3 documentali)	Numero ispezioni e controlli realizzati	output	Valore assoluto	+/- 5%	1 ispezione 4 controlli	25%	1 ispezione 4 controlli	100%
		3 B2 OP.2	Prodotti tessili: Realizzazione di almeno 1 ispezione con 4 controlli sui prodotti (1 completo e 3 documentali)	Numero ispezioni e controlli realizzati	output	Valore assoluto	+/- 5%	1 ispezione 4 controlli	25%	1 ispezione 4 controlli	100%
		3 B2 OP.3	Calzature: Realizzazione di almeno 1 ispezione con 4 controlli sui prodotti (1 completo e 3 documentali)	Numero ispezioni e controlli realizzati	output	Valore assoluto	+/- 5%	1 ispezione 4 controlli	25%	1 ispezione 4 controlli	100%

		3 B2 OP.4	Elettrici: Realizzazione di almeno 1 ispezione con 4 controlli sui prodotti (1 completo e 3 documentali)	Numero ispezioni e controlli realizzati	output	Valore assoluto	+/- 5%	1 ispezione 4 controlli	25%	1 ispezione 4 controlli	100%
<b>Totale 100%</b>											

Indicatore	Algoritmo di calcolo	Risultato 2019
Indicatore sintetico di Area 1	Media dei valori del grado di raggiungimento degli obiettivi operativi	<b>98,25%</b>

● OBIETTIVO RAGGIUNTO    
 ● OBIETTIVO PARZIALMENTE RAGGIUNTO    
 ● OBIETTIVO NON RAGGIUNTO  
♀ ♂ OBIETTIVI RILEVANTI NELL'OTTICA DEL BILANCIO DI GENERE

## ATTIVITA' REALIZZATE, RISORSE STANZIATE E IMPIEGATE

### **PRIORITÀ STRATEGICA 1 "COMPETITIVITÀ DELL'ENTE"**

#### **MISSIONE COFOG 32 "SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE"**

#### **Linea programmatica 1A "VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DELL'ENTE CAMERALE QUALE PUNTO SINGOLO DI CONTATTO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DELL'ENTE CAMERALE QUALE PUNTO SINGOLO DI CONTATTO PER IMPRESE E PROFESSIONISTI"**

Valorizzazione e miglioramento dell' accoglienza e delle attività di informazione, formazione e consulenza mediante l'istituzione la gestione ed il rinnovamento di sportelli dedicati che possano offrire servizi sempre più personalizzati e rispondenti all'evolversi delle esigenze di mercato, caratterizzati da un crescente livello di specializzazione a favore di imprese, professionisti, associazioni di categoria ed agenzie per le imprese relativamente ai servizi/prodotti erogati dall'Amministrazione Camerale anche per il tramite dell'Azienda Speciale Ce.F.A.S.. Valorizzazione e miglioramento della capacità comunicativa ponendo in essere politiche di gestione di un sistema integrato delle informazioni teso al raggiungimento capillare di una più vasta platea di interlocutori, anche attraverso l'uso delle tecnologie digitali, migliorando la conoscenza e la percezione dell'Ente e dei servizi erogati. Insito nella realizzazione di tale obiettivo strategico l'attuazione di politiche di valorizzazione delle risorse umane secondo criteri di professionalità e flessibilità e l'attuazione di programmi di sviluppo, crescita e rinnovamento delle competenze e conoscenze rispondenti agli standard qualitativi e ai servizi che si intende erogare.

**RISORSE TOTALI DESTINATE ALL'OBIETTIVO: € 12.000,00 RISORSE SPESE € 11.940,00.**



## 1A1 COMUNICAZIONE E TRASPARENZA

Nr.	Obiettivo operativo	Indicatore operativo	Attività realizzate e Risultati conseguiti	Risorse stanziare (dato aggiornato) in Euro	Risorse spese	UOS coinvolta
1A1 OP.1	Comunicazione e trasparenza	Aumento del 5% dei contatti newsletter rispetto al dato dell'anno precedente: Target 8657	8973	12.000,00	11.940,00	Staff Ufficio Stampa e PID
1A1 OP.2		Aumento di almeno il 5% dei contatti sui facebook Target: 1171	1281			
1A1 OP.3		Realizzazione iniziativa di presentazione dei servizi offerti agli stakeholders nell'ambito della Giornata della Trasparenza entro il primo trimestre 2019	Nel 2019 la Camera di Viterbo per la prima volta ha aderito alla terza edizione della Settimana dell'Amministrazione Aperta tenutasi sull'intero territorio nazionale tra l'11 e il 17 marzo. La Settimana dell'Amministrazione Aperta è una iniziativa collettiva, promossa e coordinata dal Dipartimento Funzione Pubblica nell'ambito della partecipazione italiana a Open Government Partnership, che si articola in sette giorni dedicati a sviluppare la cultura e la pratica della trasparenza, della partecipazione e dell'accountability sia nelle amministrazioni pubbliche che nella società. L'Ente nella giornata del 14 marzo ha partecipato, in collaborazione con altre Camere aderenti, al rilascio di oltre 60 dataset in formato aperto, con versioni in XLS e CSV, focalizzati prevalentemente sui dati relativi ai mercati esteri e al turismo.	0	0	Indicatore operativo trasversale

## 1B1 PROMOZIONE DELL'EFFICIENZA E SEMPLIFICAZIONE DEI PROCESSI INTERNI

Nr.	Obiettivo operativo	Indicatore operativo	Attività realizzate e Risultati conseguiti	Risorse stanziare (dato aggiornato) in Euro	Risorse spese	UOS coinvolta
1B1 OP.1	Recupero diritto annuale e crediti camerali	Emissione del ruolo diritto annuale 2015 entro il I semestre 2019	Emissione del ruolo diritto annuale per le annualità 2015/2016 nel secondo semestre 2019 per accelerare l'iter di riscossione. In data 12/6/2018 sono stati trasmessi all'Agenzia delle Entrate i ruoli per l'omesso, il tardato e l'incompleto pagamento del diritto annuale dell'anno 2014.	0		ATTI SOCIETARI, DIRITTO ANNUALE E

1B1 OP.2	Recupero diritto annuale e crediti camerali Recupero diritto annuale e crediti camerali	Emissione processi verbali di accertamento relativamente alle posizioni morose anno 2016 in raccordo con l'iniziativa promossa da Unioncamere	L'attività è stata realizzata con il supporto di Si Camera società del sistema camerale. Sono stati emessi 2965 atti e notificati 2928. Si sono registrate 318 imprese paganti con un aumento di 100 unità rispetto all'anno 2018. La percentuale delle imprese paganti sulle notificate è del 10,86%.		0	CONTROLLI SULLE START UP INNOVATIVE
1B1 OP.3		Analisi di tutte le posizioni debitorie attive al 31.12.2018 ed attivazione delle azioni di recupero nell'ambito del progetto promosso da Unioncamere	Il progetto relativo al ravvedimento operoso diritto annuale 2018 è stato curato dalla Società del sistema camerale SiCamera srl a seguito di un progetto nazionale finanziato in parte dal Fondo perequativo. Secondo quanto previsto nel progetto, le azioni poste in essere hanno riguardato il contatto tramite PEC e ove possibile anche azioni di inbound e outbound telefonico. In sintesi sono state notificati n. 2928 atti con un totale di n. 318 imprese paganti per un importo complessivamente recuperato di € 37.140,02. La percentuale delle imprese paganti sulle notificate è del 10,86%. La media del pagamento per singolo atto è di 116,80 Euro L'ufficio diritto annuale ha fornito assistenza agli utenti nella quantificazione corretta degli importi dovuti.			
1B2 OP.1	Semplificazione gestione dei processi contabili trasversali e correlati a più servizi	Riorganizzazione gestione piano dei conti correlato ai servizi trasversali entro il mese di luglio	Entro il I semestre del 2019 è stata realizzata la programmazione dei nuovi contratti la cui stipulazione è poi proceduta anche nel II semestre dell'anno così come anche la loro gestione	0	0	Provveditorato
1B3 OP.1	Riorganizzazione gestione piano dei conti correlato ai servizi trasversali entro il mese di luglio	Programmazione gestione nuovi contratti entro il primo semestre 2019	Con determinazione del Segretario Generale n. 22 del 22.02.2019 l'Ufficio Bilancio ha provveduto all'affidamento diretto alla società consortile in house Infocamere di tutti i servizi facoltativi di cui fruiscono gli uffici camerali imputando i relativi oneri ai rispettivi centri di costo. Ciò ha consentito la proiezione dei costi di informatizzazione su base annuale e la verifica a consuntivo degli oneri sostenuti nel 2019 per i servizi Infocametre	0	0	Bilancio

## Priorità Strategica 2 “COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO”

### MISSIONE COFOG 12 “INIZIATIVE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO”.

#### Linea programmatica 2A “SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA”

In un contesto di crisi economica emerge sempre più forte la richiesta di semplificazione e sburocratizzazione. La semplificazione amministrativa è dunque fattore strategico per favorire nuove occasioni di business.

In continuità con le politiche già avviate negli anni scorsi, la Camera di Commercio opera nell’ottica di favorire processi di semplificazione amministrativa sostenendo in modo particolare la piena attuazione degli Sportelli Unici Attività Produttive, il processo di digitalizzazione degli adempimenti amministrativi delle Imprese, l’omogeneizzazione dei procedimenti e degli adempimenti fra le diverse circoscrizioni territoriali, l’unificazione e la semplificazione della modulistica, lo sgravio degli oneri a carico delle imprese mediante la costituzione del così detto “fascicolo unico di impresa”.

#### **2B1 E-GOV SPORTELLO UNICO ATTIVITA’ PRODUTTIVE E FASCICOLO ELETTRONICO DI IMPRESA**

Nr.	Obiettivo operativo	Indicatore operativo	Risultati conseguiti	Risorse stanziare (dato aggiornato) in Euro	Risorse spese	UOS coinvolta
2B1 OP.1	E-GOV sportello unico attività produttive e fascicolo elettronico di impresa	Realizzazione di almeno <b>2 iniziative</b> dedicate ai Comuni ai fini della piena attuazione dei nuovi regimi amministrativi per l’esercizio delle attività produttive	L’attività è stata realizzata con il supporto dell’Azienda Speciale che, complessivamente, ha organizzato nel corso del 2019 n. 10 attività formative che hanno fatto registrare la presenza di n. 164 partecipanti	24.390,00	21.220,00	Azienda Speciale
2B1 OP.2	E-GOV sportello unico attività produttive e fascicolo elettronico di impresa	Realizzazione di un ciclo di seminari tecnici (almeno 3) rivolti ad associazioni di categoria e professionisti sull’uso dei servizi telematici ai fini degli adempimenti amministrativi necessari per l’avvio e/o la modifica di un’attività imprenditoriale.	Il 25 febbraio 2019 ore 10,00-13,00 e ore 14,30-17,30 sono stati organizzati i primi 2 incontri formativi per i consulenti di imprese e le associazioni di categoria sul tema della compilazione delle pratiche telematiche SUAP; l’11 aprile si è tenuto il terzo incontro di approfondimento sull’utilizzo della piattaforma camerale. Infine il 13 dicembre è stato organizzato un incontro formativo tenuto dalla società consortile Infocamere.	24.390,00	21.220,00	REA-RUOLI-ARTIGIANATO E AQI

**MISSIONE COFOG 11: “COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”.**

**Linea programmatica 2C “MARKETING TERRITORIALE”**

Gli effetti della crisi economica degli ultimi anni hanno fatto emergere ancor più la necessità di interventi mirati per rimuovere gli ostacoli alla crescita e alla competitività delle imprese.

In particolare la Tuscia vede nella struttura del tessuto imprenditoriale, prevalentemente costituito di micro e piccole imprese, uno dei fattori che ne vincolano la crescita e la competitività, ma allo stesso tempo sono le stesse micro e piccole imprese che esprimono le eccellenze produttive tipiche del territorio e che costituiscono uno strategico viatico per lo sviluppo della filiera agroalimentare e del turismo.

In considerazione di quanto sopra diventano ambiti prioritari di intervento:

- la promozione e lo sviluppo del modello “**Turismo Integrato**” anche in sinergia con politiche di promozione del “**Marchio Collettivo Tuscia Viterbese**”, brand che qualifica e contraddistingue le eccellenze produttive ed il territorio;

## 2C MARKETING TERRITORIALE

Nr.	Obiettivo operativo	Indicatore operativo	Attività realizzate e risultati conseguiti	Risorse stanziare (dato aggiornato) in Euro	Risorse spese	UOS coinvolta
2C1 OP1	Punto Impresa Turismo e Cultura	Realizzazione di almeno 2 iniziative formative	Sono state realizzate tre iniziative formative. I primi due seminari si sono svolti il 18 e 19 marzo e hanno toccato i temi dello Storytelling e dell'Esperienza, fondamentali per attivare competenze relative alla creazione di contenuti utili per la diffusione tramite i social network e alla strutturazione di una proposta di esperienza turistica presso la propria attività e in collaborazione con altri attori sul territorio. Sono stati registrati 16 partecipanti nella prima giornata e 15 nella seconda giornata. Nell'ambito del Progetto Tuscia Experience 2.0, nel mese di Aprile è stato realizzato un modulo info-formativo rivolto a titolari e addetti del settore turistico-ricettivo interessati ad approfondire le tematiche che più direttamente coinvolgono il rapporto tra struttura di accoglienza e cliente. Il modulo formativo, condotto dalla dott.ssa Eleonora Odorizzi, si è svolto presso la sede Ce.F.A.S il 15 Aprile 2019 e ha toccato i principali temi della "Customer Experience", strumento fondamentale per il perseguimento della qualità totale del servizio: promessa, erogata, attesa e percepita. Sono stati registrati 21 partecipanti.	157.375,86	144.180,41	MARKETING, TURISMO E INTERNAZIONALIZZAZIONE
2C1 OP2	Punto Impresa Turismo e Cultura	Realizzazione di un nuovo catalogo esperienziale in lingua italiana ed inglese in formato digitale e cartaceo	E' stato realizzato un nuovo catalogo esperienziale in lingua italiana ("Tuscia Experience. A tu per Tuscia") e inglese ("Tuscia Experience. Tuscia to share") in formato digitale e cartaceo. Il catalogo, che contiene le esperienze delle imprese partecipanti all'edizione 2019 dell'iniziativa, oltre a quelle delle imprese partecipanti alla prima edizione, è stato divulgato ai partecipanti, pubblicato sulla sezione dedicata al turismo esperienziale del Portale Tuscia Welcome e promosso tramite post giornalieri dedicati alle singole imprese sulla pagina Facebook Tuscia Welcome. Il catalogo è stato presentato nel corso dell'edizione 2019 del Workshop Turistico Internazionale Buy Lazio che si è svolta a Roma venerdì 20 settembre 2019.			
2C1 OP3	Punto Impresa Turismo e Cultura	Coinvolgimento di <b>almeno 200 stakeholders (di cui almeno 60 imprese)</b> nelle	Attraverso tutte le attività di organizzazione, promozione e supporto delle varie iniziative di formazione e informazione sul tema del turismo sono stati coinvolti n. 491 stakeholders di cui 243 imprese.			

		iniziative di supporto e promozione del turismo (formazione, statistiche + eventi)				
2C1 OP4	Punto Impresa Turismo e Cultura	Realizzazione di un blog/instagram tour	Il tour, che si è svolto nelle giornate del 27, 28 e 29 settembre toccando i comuni di Viterbo, Montefiascone, Bolsena, Celleno, Canino e Tuscania, ha puntato soprattutto alla promozione dei prodotti tipici locali e dei loro territori ricchi di cultura, con un sorprendente patrimonio storico e naturale, veicolo straordinario per la definizione di nuovi percorsi turistici a tema. Nel corso del tour i blogger/instagrammer partecipanti, oltre ad ammirare luoghi significativi della Tuscia, hanno potuto visitare le sedi e degustare i prodotti delle imprese coinvolte nelle attività progettuali.			
2C1 OP5	Punto Impresa Turismo e Cultura	Realizzazione di almeno 2 iniziative formative	<p>Anche nel 2019 la Camera ha riproposto il progetto Tuscia Experience 2.0 con 'obiettivo di ampliare il concetto di "turismo integrato", cercando di approfondire la parte esperienziale; alla call hanno risposto 19 imprese del settore agroalimentare, 5 del settore manifatturiero, 9 imprese ricettive e 4 T.O della provincia di Viterbo. Dal 2 al 6 ottobre è stato organizzato l'ormai consueto cammino lungo la Via Francigena della Tuscia cui hanno preso parte 150 persone.</p> <p>Nelle giornate di sabato 21 e domenica 22 settembre, nell'ambito dell'iniziativa Buy Lazio, è stato organizzato un tour nelle province del Lazio dedicato ai buyer partecipanti. Nella provincia di Viterbo il tour è stato incentrato sul tema del turismo eno-gastronomico ed ha toccato i Comuni dell'Alta Tuscia Viterbese e della Costa degli Etruschi: Acquapendente, Viterbo e Tarquinia. Nella giornata di sabato, i buyer hanno visitato la città di Acquapendente, la Gerusalemme d'Europa, Viterbo sotterranea e il centro storico del capoluogo. Inoltre, sono stati invitati a partecipare a "Donne in Opera", evento di promozione dell'Imprenditoria Femminile della provincia che si è tenuto al Teatro dell'Unione di Viterbo. La giornata di domenica è stata dedicata a Tarquinia e alla visita del centro storico, del Museo Archeologico Nazionale di Tarquinia e alla Necropoli di Monterozzi</p> <p>Nel corso del tour i buyer hanno degustato prodotti tipici della Tuscia Viterbese.</p> <p>L'Ente ha partecipato alla manifestazione TTG Travel Experience che si è tenuta alla Fiera di Rimini dal 9 all'11/10/2019. Nel corso della presenza camerale, presso lo stand della Regione Lazio è stato presentato il progetto Tuscia Experience, proiettato un video sul turismo e wellness nella Tuscia</p>	157.375,86	144.180,41	MARKETING, TURISMO E INTERNAZION ALIZZAZIONE

			evidenziando le imprese femminili. E' stata inoltra offerta una degustazione di prodotti delle imprese aderenti al progetto Tuscia Experience.			
2C1 OP6	Punto Impresa Turismo e Cultura	Individuazione di almeno 4 attrattori territoriali	Sono stati individuati i seguenti attrattori territoriali: Civita di Bagnoregio, Il Parco dei Mostri di Bomarzo, Tarquinia e gli Etruschi, La Via Francigena del Nord			
2C1 OP7	Punto Impresa Turismo e Cultura	Individuazione di almeno 5 best practice imprenditoriali	E' stato divulgato, nell'ambito del Progetto di Unioncamere nazionale, finanziato a valere sul Fondo di Perequazione e denominato "La valorizzazione del patrimonio culturale e del turismo", il Bando Manifestazione di interesse riservato alle aziende laziali della filiera del turismo per la selezione delle avanguardie di settore. Sono stati complessivamente individuate n. 8 best practices: Archeoares, Rigenera SAS, Antiquitates SRL, Azienda Agricola Rita Favero Agriturismo Borgo di Campagna il Tesoro, PromoTuscia Viaggi e Congressi SRL, InTuscia di Chiara Fonghini, DOMAP SRL, CEI – Consorzio Etruria International scarl/MUVIS			
2C1 OP8	Punto Impresa Turismo e Cultura	Realizzazione di un test sperimentale su un attrattore con utilizzo di metodologie innovative anche BIG Data	L'analisi SWOT è una metodologia utilizzata per l'analisi del contesto competitivo di una destinazione turistica attraverso insiemi di attrattori raggruppati sulla base di similarità di diversa natura. Tale analisi è utilizzata dalla società ISNART ai fini dell'inserimento dell'attrattore nella piattaforma SIMOO che consente di estrarre informazioni relative all'ambiente interno all'attrattore selezionato, ma anche rispetto al contesto esterno, compresa la rete per la commercializzazione composta dai soggetti privati del sistema di intermediazione turistica e commerciale(sia tradizionale che online) ed il sistema dei trasporti che ne definisce l'accessibilità e l'effettiva fruibilità. Per la provincia di Viterbo la società ISNART ha realizzato l'analisi di cui sopra e il successivo inserimento nella piattaforma dei seguenti attrattori turistici: Il Parco dei Mostri; La Via Francigena del Nord; Civita di Bagnoregio; Tarquinia e gli etruschi nella sezione circuito tour.	157.375,86	144.180,41	MARKETING, TURISMO E INTERNAZION ALIZZAZIONE
2C1 OP9	Punto Impresa Turismo e Cultura	Realizzazione dell'evento di presentazione dei risultati dell'indagine entro il mese di luglio 2019.	Il 19 luglio presso la Sala del Consiglio della Camera di Commercio di Roma si è tenuto l'evento "Le Camere di Commercio per la promozione del turismo: strategie e strumenti per l'innovazione" in occasione del quale sono state premiate dal Presidente di Unioncamere Lazio, Lorenzo Tagliavanti, 13 aziende selezionate nell'ambito della Call "Le Avanguardie del Turismo nel Lazio" sulla base delle seguenti tre categorie: Le Avanguardie, Menzione Speciale Innovazione, Menzione Speciale Racconto del Territorio. Per la provincia di Viterbo sono state premiate le seguenti imprese: Archeoares e Rigenera			

**MISSIONE COFOG 11: “COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”.**

**Linea programmatica 2D “QUALITA’ DEL LAVORO NELLE IMPRESE”**

I rapidi cambiamenti che caratterizzano il mercato del lavoro assegnano un ruolo di primo piano alla qualità del lavoro.

La qualificazione professionale rappresenta un fattore competitivo di rilevanza crescente per le imprese, per questo occorre creare una sempre più stretta correlazione fra imprese e sistema scolastico affinché quest’ultimo recepisca i fabbisogni di professionalità delle imprese locali e adegui conseguentemente i programmi didattici.

In questo ambito la Camera di Commercio promuove una serie organica di azioni finalizzate a supportare, potenziare e qualificare l’offerta per sostenere gli investimenti sul capitale umano, il dialogo formazione- impresa, il passaggio dei giovani al lavoro, la nascita di nuove attività economiche e l’occupazione, attraverso diversi strumenti: tirocini, stage, programmi di alternanza scuola-lavoro, certificazione delle competenze non formali ed informali.

Nr.	Obiettivo Operativo	Indicatore operativo	Attività realizzate e risultati conseguiti	Risorse stanziare (dato aggiornir nato) in Euro	Risorse spese	UOS coinvolta
2D1 OP1	Servizi di orientamento al lavoro e alle professioni	Coinvolgimento di n. 300 imprese contattate e monitorate nelle azioni della Rete nazionale dei servizi per le Politiche attive del lavoro ed in attività di alternanza	Il Progetto Excelsior è un sistema informativo permanente sull’occupazione e la formazione con l’obiettivo di fornire, in maniera tempestiva, i fabbisogni professionali e formativi espressi dalle imprese, orientare le scelte di formazione e facilitare l’incontro tra domanda e offerta nel mercato del lavoro.; il tutto attraverso l’invio alle aziende di questionari da compilare. Prima dell’avvio di ogni rilevazione è stata sempre inserito sul sito camerale una pagina informativa per far conoscere alle imprese il progetto. L’informativa conteneva una serie di informazioni quali: l’intervallo temporale della rilevazione, la finalità, i contatti camerale e di Unioncamere a cui era possibile rivolgersi per informazioni, obbligatorietà dell’indagine e tutela privacy.	82.074,00	82.073,45	STAFF STUDI STATISTICA E RICERCHE ECONOMICHE



			Complessivamente nel 2019 sono stati acquisiti 573 questionari			
2D1 OP2	Servizi di orientamento al lavoro e alle professioni	Realizzazione di almeno 3 eventi di promozione dell' Alternanza Scuola-lavoro coinvolgendo istituzioni scolastiche ed imprese	Sono stati realizzati una serie di eventi di promozione dei servizi di Alternanza e di sensibilizzazione nei confronti delle imprese in collaborazione con altri attori istituzionali quali Lazio Innova e con il coinvolgimento degli istituti scolastici superiori: in data 4 marzo 2019 l'Ente ha partecipato alla Commissione di concorso sul tema Fare Impresa relativamente alle classi dell'Istituto Tecnico Paolo Savi; nel mese di maggio si è tenuto un seminario divulgativo sull'avvio di impresa e sulle attività dell'Ente camerale rivolto agli studenti del Liceo S. Rosa di Viterbo; In data 25/3/2019 e 22/5/2019 sono stati promossi due eventi di sensibilizzazione sull'autoimprenditorialità in collaborazione con Lazio Innova. Nel mese di settembre 2019 è stato sottoscritto un protocollo di intesa con Anpal Servizi per la realizzazione congiunta di eventi in materia di alternanza scuola lavoro.			PLACEMENT, SPORTELLO IMPRENDITORIA, E VALORIZZAZIONE FILIERA AGROALIMENTARE  E  RISORSE UMANE E ALTERNANZA SCUOLA LAVORO
2D1 OP3	Servizi di orientamento al lavoro e alle professioni	Realizzazione di percorsi di istruzione in alternanza scuola-lavoro della durata di 80/120 ore in a learning rivolti ad almeno 10 classi degli Istituti superiori basati sulla metodologia della mini-impresa	Sono state effettuate sui temi dell'autoimprenditorialità, a cura di JA, associazione incaricata dalla Camera di Commercio sulla base di un protocollo di intesa, n. 100 ore di attività e-learning nei confronti di n. 10 classi appartenenti a 9 istituti scolastici superiori della provincia per un totale di 174 studenti			PLACEMENT, SPORTELLO IMPRENDITORIA, E VALORIZZAZIONE FILIERA AGROALIMENTARE
2D1 OP4	Servizi di orientamento al lavoro e alle professioni	Realizzazione di una iniziativa dedicata all'occupabilità, al lavoro ed alle politiche sociali in raccordo con le istituzioni aderenti al Protocollo di Intesa "Rete Tuscia Lavoro"	Realizzazione nei giorni 14 e 15 maggio 2019 degli " Stati Generali del Lavoro nella Tuscia" con il coinvolgimento di tutti i partners della Rete Tuscia Lavoro. Si sono svolte due giornate di workshop e dibattiti con interventi di tutte le parti sociali sui vari aspetti del mondo del lavoro, presso la sede dell'Università degli Studi di Viterbo e le altre sedi istituzionali. E' stato permesso l'incontro, con postazioni allestite presso il Rettorato dell'Università, tra domanda e offerta di lavoro grazie al coinvolgimento di imprese, associazioni di categoria e ordini professionali che hanno fatto colloqui e raccolti i C.V. degli interessati.			PLACEMENT, SPORTELLO IMPRENDITORIA, E VALORIZZAZIONE FILIERA AGROALIMENTARE
2D1 OP5	Servizi di orientamento al lavoro e alle professioni	Attivazione di almeno 10 tirocini nell'ambito del progetto "Crescere in Digitale"	Le attività della seconda edizione del progetto CRESCERE IN DIGITALE rivolto ai giovani NEET, promosso da Anpal e Ministero del lavoro e delle Politiche sociali e attuato da Unioncamere sono partite, dopo una lunga interruzione, solo nel settembre 2019. Si è proceduto con l'organizzazione di 2 laboratori di formazione specialistica, nei giorni del 29/10/2019 e 26/11/2019, ma non è stato possibile successivamente			PLACEMENT, SPORTELLO IMPRENDITORIA, E VALORIZZAZIONE FILIERA AGROALIMENTARE

			attivare tirocini entro l'anno 2019 per assenza di giovani Neet con i requisiti previsti dal progetto.		
2D1 OP6	Servizi di orientamento al lavoro e alle professioni	Realizzazione Evento di premiazione Premio "Storie di Alternanza" per per gli studenti dei licei e degli istituti tecnici e professionali	Il 23 maggio 2019 si è tenuta la prima cerimonia di premiazione dei vincitori di livello provinciale (n. 1 per i licei e n. 3 per gli istituti tecnici). Uno degli istituti tecnici ha ricevuto una menzione d'onore di livello nazionale da parte di UNIONCAMERE, Sono stati consegnati, come previsto, gli attestati e gli assegni rappresentativi del riconoscimento economico come determinato, sulla base del regolamento del premio, con determina dirigenziale n. 98 del 14 maggio 2019. Il 20 novembre 2019 si è svolta un'altra cerimonia di premiazione dei vincitori di livello provinciale (n. 1 per i licei e n. 1 per gli istituti tecnici) Sono stati consegnati, come previsto, gli attestati e gli assegni rappresentativi del riconoscimento economico come determinato, sulla base del regolamento del premio, con determina dirigenziale n. 179 al 11.11.2019.		RISORSE UMANE E ALTERNANZA SCUOLA LAVORO
2D1 OP7	Servizi di orientamento al lavoro e alle professioni	Attivazione di un servizio a supporto della certificazione delle competenze	L'Azienda Speciale nel 2019 ha attivato un servizio di supporto per la certificazione delle competenze, revisione e definizione di uno strumento da utilizzare per la valutazione del bilancio delle competenze. Esso prevede un'analisi sistematica delle caratteristiche personali rilevanti e ciò al fine di favorire una più consapevole scelta del futuro percorso formativo e/o professionale degli studenti sulla base di apposite schede predisposte dal Centro per la formazione e conservate presso la Segreteria didattica dello stesso		Azienda Speciale
2D1 OP8	Servizi di orientamento al lavoro e alle professioni	Erogazione di voucher per almeno 40 imprese	Nel primo trimestre 2019 sono stati liquidati voucher a n. 33 imprese, sulla base del bando Alternanza 2018. Con Determina Dirigenziale n. 103 del 17/05/2019 è stato approvato un nuovo bando; Hanno presentato domanda n. 38 imprese e sono stati erogati contributi, dopo verifica dei requisiti e della rendicontazione, a n. 29 imprese.		PLACEMENT, SPORTELLO IMPRENDITORIA, E VALORIZZAZIONE FILIERA AGROALIMENTARE

**MISSIONE COFOG 11 “COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”**

**Linea programmatica 2E “VALORIZZAZIONE E DIFFUSIONE DELL’INFORMAZIONE ECONOMICA”**

Nr.	Obiettivo operativo	Indicatore operativo	Attività realizzate e risultati conseguiti	Risorse stanziare (dato aggiornato) in Euro	Risorse spese	UOS coinvolta
2E1 OP1	Osservatorio Economico Provinciale	Realizzazione di almeno 4 report statistico/economici sulla Tuscia Viterbese	Nel 2019 l'Ufficio Statistica ha provveduto alla realizzazione dei seguenti report statistico/economici sulla Tuscia viterbese: I trimestre: Comunicato su Movimprese 2018, Imprenditoria femminile 2018, Imprese straniere 2018, Commercio estero; Il trimestre: Movimprese 1 trimestre 2019; III trimestre Movimprese 1 semestre 2019, Commercio estero 1 semestre 2019, Imprenditoria femminile 30/06/2019, comunicato excelsior; IV trimestre: Movimprese 3 trimestre 2019; N. 2 comunicati excelsior.	1.450,00	1.450,00	STAFF STUDI STATISTICA E RICERCHE ECONOMICHE
2E1 OP2		Realizzazione del Rapporto Economico provinciale entro il mese di luglio 2019	Presentazione del Rapporto sull'Economia della Tuscia 5 Luglio 2019. Consegna ai partecipanti di una chiavetta USB contenente il Rapporto ed un report statistico sulla digitalizzazione delle imprese realizzato dall'Università degli studi della Tuscia. Realizzazione di un report sintetico sul Rapporto. Pubblicazione sul sito camerale del Rapporto completo e della Sintesi. Invio a quanti ne hanno fatto richiesta del volume a mezzo email.			

### **Priorità Strategica 3 “COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE”**

#### **MISSIONE COFOG 11 “COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”**

#### **MISSIONE COFOG 16 “COMMERCIO INT.LE ED INT.NE DEL SISTEMA PRODUTTIVO”**

#### **Linea programmatica 3A “RAFFORZARE IL POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELLA TUSCIA SUI MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI IN RACCORDO CON LA TUTELA DEL MADE IN ITALY”**

Il rafforzamento della competitività delle imprese locali sui mercati nazionale ed internazionale in raccordo con le politiche di tutela e riconoscimento del Made in Italy si articola nelle seguenti azioni strategiche:

- il sostegno e la promozione delle aggregazioni di impresa ed in particolare delle **“Reti di Impresa”**,
- l’accesso al credito anche mediante la costituzione di tavoli di lavoro fra Istituti di Credito e Consorzi Fidi;
- servizi per il sostegno e la nascita di nuove imprese, con particolare attenzione a quelle giovanili nell’ambito del programma “Garanzia Giovani”;
- sostegno all’internazionalizzazione attraverso iniziative per favorire l’apertura dei mercati esteri ai sistemi economici locali, servizi di consulenza specialistica per imprese esportatrici e potenzialmente esportatrici, promozione dei distretti e delle eccellenze del Made in Italy anche attraverso gli strumenti della digital economy;
- sviluppo di fiere e missioni nazionali ed internazionali su mercati che presentano una maggiore potenzialità di crescita e che esprimono maggiore attrattività per i prodotti locali;
- Supporto e valorizzazione delle filiere agroalimentari e delle certificazioni agroalimentari di qualità.

#### **3A1 SPORTELLLO IMPRESA**

Nr.	Obiettivo operativo	Indicatore operativo	Attività realizzate e risultati conseguiti	Risorse stanziare (dato aggiornato) in Euro	Risorse spese	UOS coinvolte
3 A1 OP.1	Sportello Impresa	Coinvolgimento di almeno 80 utenti, già in possesso del diploma di scuola superiore e/o	Nel 2019 lo Sportello Nuova Impresa ha seguito direttamente o mediante contatti telefonici e con posta elettronica 92 utenti.	104.118,14	91.976,08	PLACEMENT, SPORTELLLO IMPRENDITORIA, E VALORIZZAZIONE

		provenienti da percorsi ITS, nelle attività a sportello per il supporto al placement.			FILIERA AGROALIMENTARE
3 A1 OP.2	Sportello Impresa	Comitato Imprenditoria Femminile: realizzazione di almeno 3 iniziative di formazione/informazione.	<p>Nel 2019 sono state realizzate le seguenti iniziative formative/informative:</p> <p>Incontro di presentazione dei Bandi della Regione Lazio "Innovazione Sostantivo Femminile" e "Fondo Futuro" tenuto in collaborazione con Lazio Innova in data 03/10/2019.</p> <p>"Le Meraviglie della Tuscia al femminile" - 10/10/2019 presentazione alla Fiera de Turismo TTG Travel Experience di Rimini delle eccellenze della Tuscia al femminile in tema di benessere e cosmetica.</p> <p>Evento Donna in Opera Realizzato il 21/09/2019 presso il Teatro dell'Unione di Viterbo. Serata celebrativa dell'imprenditorialità femminile della Tuscia in ogni settore economico, con presentazione di imprese femminili che si sono distinte sul territorio nei diversi ambiti economici. All'interno dell'evento è stata realizzata una sfilata di moda con abiti e accessori prodotti da imprese femminili della Tuscia.</p> <p>Panchine Rosse 25/11/2019 – Adesione all'iniziativa coordinata da Unioncamere a sostegno della lotta contro la violenza sulle donne con proiezione sui monitor delle sale di attesa della pachina rossa e logo dell'evento e distribuzione gratuita alle donne imprenditrici del kit dell'imprenditrice (firma digitale, cassetto digitale e spid).</p> <p>Convegno "Emergenza climatica e agricoltura: partiamo dal suolo" realizzato presso la sede camerale in data 28/11/2019 con l'intervento di esperti del settore per la diffusione di una nuova cultura nella gestione delle imprese agricole.</p>		PLACEMENT, SPORTELLO IMPRENDITORIA, E VALORIZZAZIONE FILIERA AGROALIMENTARE
3 A1 OP.3	Sportello Impresa	Comitato Imprenditoria Femminile: Realizzazione di un evento di	Il 21/09/2019 presso il Teatro dell'Unione di Viterbo si è tenuta la 5° edizione dell'evento Donne in Opera. Serata celebrativa dell'imprenditorialità femminile		PLACEMENT, SPORTELLO IMPRENDITORIA, E

		valorizzazione dell'imprenditoria femminile nella Tuscia	della Tuscia in ogni settore economico, con presentazione di imprese femminili che si sono distinte sul territorio nei diversi ambiti economici. All'interno dell'evento è stata realizzata una sfilata di moda con abiti e accessori prodotti da imprese femminili della Tuscia.			VALORIZZAZIONE FILIERA AGROALIMENTARE
3 A1 OP.4	Sportello Impresa	Emissione di un bando per il sostegno all'autoimprenditorialità	Approvato con Determina Dirigenziale n.107 del 05/06/2019 il "BANDO A SOSTEGNO DELLA NASCITA E DELLO SVILUPPO DI NUOVE IMPRESE" diretto a nuove imprese attive iscritte al Registro Imprese a partire dal 1/12/2018 e aspiranti imprenditori interessati ad avviare l'impresa entro il 31/10/2019. La misura di sostegno ha previsto attività formativa e di accompagnamento all'azione imprenditoriale e un contributo a fondo perduto a parziale copertura delle spese sostenute per un max, di €.3000,00. Hanno aderito al progetto 6 neo imprese, di cui 2 sono state escluse per carenza dei requisiti, e 2 aspiranti imprenditori che hanno costituito le imprese nei tempi e modi previsti dal Bando.			PLACEMENT, SPORTELLO IMPRENDITORIA, E VALORIZZAZIONE FILIERA AGROALIMENTARE
3 A1 OP.5	Sportello Impresa	Realizzazione di un percorso formativo destinato ad aspiranti imprenditori e neo imprenditori	Attività formativa di gruppo e di accompagnamento di aspiranti e neo imprenditori affidata all'Azienda Speciale Cefas con Provvedimento Dirigenziale n 114 del 20/06/2019, nell'ambito del progetto Nuova Impresa. Coinvolte 6 neo imprese e 2 aspiranti imprenditori in un percorso formativo costituito da una prima fase, realizzata nel mese di luglio per complessive 16 ore, e da una seconda fase, realizzata nel mese di ottobre, per altre 25 ore di formazione e accompagnamento alla creazione di impresa.			Azienda Speciale

### 3A2 INTERNAZIONALIZZAZIONE

Nr.	Obiettivo operativo	Indicatore operativo	Attività realizzate e risultati conseguiti	Risorse stanziare (dato aggiornato) in Euro	Risorse spese	UOS coinvolte
3A3 OP.1	Internazionalizzazione	Coinvolgimento diretto di almeno il 5% delle imprese potenziali esportatrici	Nell'ambito del programma SEI - "Sostegno all'Export dell'Italia" La Camera di Commercio di Viterbo ha individuato e profilato, attraverso una vera e propria azione di scouting ed incrociando i dati attualmente disponibili delle imprese attive sui mercati esteri, quei soggetti che oggi potrebbero iniziare o rafforzare la propria presenza sui mercati esteri e ai quali proporre gli specifici percorsi di internazionalizzazione. In questa fase sono state individuate n. 29 imprese potenzialmente esportatrici e n. 29 imprese occasionalmente esportatrici. Hanno aderito al Progetto SEI – Sostegno all'Export delle PMI n. 7 imprese potenzialmente esportatrici	33.226,00	25.554,31	MARKETING, TURISMO E INTERNAZIONALIZZAZIONE
3A3 OP.2	Internazionalizzazione	Coinvolgimento di almeno il 5% delle imprese occasionalmente esportatrici;	Nell'ambito del programma SEI - "Sostegno all'Export dell'Italia" La Camera di Commercio di Viterbo ha individuato e profilato, attraverso una vera e propria azione di scouting ed incrociando i dati attualmente disponibili delle imprese attive sui mercati esteri, quei soggetti che oggi potrebbero iniziare o rafforzare la propria presenza sui mercati esteri e ai quali proporre gli specifici percorsi di internazionalizzazione. In questa fase sono state individuate n. 29 imprese potenzialmente esportatrici e n. 29 imprese occasionalmente esportatrici. Hanno aderito al Progetto SEI – Sostegno all'Export delle PMI n. 9 imprese occasionalmente esportatrici tra quelle individuate dall'Ente camerale.			

### 3A4 PUNTO IMPRESA DIGITALE

Nr.	Obiettivo operativo	Indicatore operativo	Attività realizzate e risultati conseguiti	Risorse stanziare (dato aggiornato) in Euro	Risorse spese	UOS coinvolte
3 A4 OP.1	Punto Impresa Digitale	Coinvolgimento di almeno 80 imprese nelle attività formative, informative e di supporto.	Nel 2019 nelle attività formative, informative e di supporto organizzate dalla Camera di commercio di Viterbo sono state coinvolte 196 imprese	166.102,50	160.656,45	STAFF STAMPA E PID
3 A4 OP.2	Punto Impresa Digitale	Emanazione di un bando per l'erogazione di voucher alle imprese	Con Determinazione del Segretario Generale n. 30 del 09.04.,2019 è stato emanato il Bando per la concessione di voucher digitali inerenti alle tematiche del "Piano Nazionale Impresa 4.0"			
3 A4 OP.3	Punto Impresa Digitale	Erogazione di voucher per almeno 20 imprese	Nell'ambito dell'attività di rendicontazione del Bando Voucher emanato nel 2018, sono stati complessivamente erogati n. 33 voucher			
3 A4 OP.4	Punto Impresa Digitale	Rilascio di almeno 40 dispositivi di Identità Digitale	Complessivamente nel 2019 sono stati rilasciati n. 67 dispositivi di identità digitale			
3 A4 OP.5	Punto Impresa Digitale	Realizzazione di almeno 5 giornate formative	Nel 2019 sono state realizzate n. 13 giornate formative sui temi della digitalizzazione delle imprese			



### 3A5 SVILUPPO E QUALIFICAZIONE AZIENDALE E DEI PRODOTTI

Nr.	Obiettivo operativo	Indicatore operativo	Attività realizzate e risultati conseguiti	Risorse stanziare (dato aggiornato) in Euro	Risorse spese	UOS coinvolte
3 A5 OP.1	Sviluppo e qualificazione aziendale dei prodotti	Elaborazione o revisione di almeno un disciplinare di produzione o erogazione servizi marchio Collettivo Tuscia Viterbese;	È stato elaborato il nuovo disciplinare “ <i>Oli extravergine d’oliva della Tuscia Viterbese</i> ”, per permettere ai produttori e trasformatori che sviluppano l’intera filiera nella provincia di Viterbo di ottenere la licenza d’uso del marchio collettivo. Il disciplinare è stato deliberato dalla Giunta camerale (Delibera n. 5.30 del 02.07.2019) dopo essere stato sottoposto al vaglio del Comitato di gestione e controllo.	87.000,00	86.090,00	Azienda Speciale
3 A5 OP.2	Sviluppo e qualificazione aziendale dei prodotti	Inserimento di almeno 10 nuove imprese in qualità di licenziatarie o affiliate (punti vendita) al marchio collettivo Tuscia Viterbese	Nel 2019 sono stati organizzati due incontri del Comitato di controllo e gestione, 5 giugno ed il 21 novembre, durante i quali l’azienda Speciale ha fornito il supporto organizzativo e svolto il ruolo di segreteria. Nel corso degli incontri sono state accolte <b>19 richieste di licenza d’uso</b> ed <b>1 richiesta di affiliazione commerciale</b> , corrispondenti a <b>16 aziende</b> , di cui 2 già licenziatarie per altri prodotti/servizi.			
3 A5 OP.3	Sviluppo e qualificazione aziendale dei prodotti	Almeno 50 verifiche tra nuovi richiedenti la licenza d’uso e l’affiliazione (punti vendita) al marchio Tuscia Viterbese e le imprese già licenziatarie	Nel 2019 il Ce.F.A.S. ha provveduto ad eseguire n. 50 verifiche tra nuovi richiedenti la licenza d’uso e l’affiliazione (punti vendita) al Marchio Collettivo Tuscia Viterbese e le imprese già licenziatarie			
3 A5 OP.4	Sviluppo e qualificazione aziendale dei prodotti	Realizzazione di almeno un evento divulgativo inerente il Marchio Collettivo Tuscia Viterbese	Sapori della Tuscia 2019, spazio di promozione e vendita delle eccellenze artigianali e agroalimentari della Tuscia presso Piazza del Plebiscito dal 27 Aprile al 1 maggio 2019. Al Villaggio Piacere Etrusco hanno partecipato 23 imprese della Tuscia Viterbese. Ai fini della valorizzazione degli aspetti culturali, turistici ed enogastronomici del territorio della Tuscia Viterbese, All’interno del villaggio sono stati realizzati, in collaborazione con la condotta locale Slow Food Viterbo e Tuscia, laboratori ludico-didattici e di presentazione dei prodotti delle imprese partecipanti, con finalità formative			

			<p>in materia di educazione alimentare. Venerdì 13 dicembre dalle ore 15,00 presso la sala Conferenze dell'Ente camerale si è svolto il convegno dal titolo "Il Marchio Tuscia Viterbese e le novità normative in materia di marchi collettivi e di certificazione" organizzato dalla Camera di Commercio Viterbo ad apertura di un week-end di promozione dei prodotti a marchio Tuscia Viterbese ed al fine di fare il punto dello stato dell'arte del marchio collettivo a 16 anni dalla sua istituzione e alle importanti decisioni da prendere alla luce della recente normativa che ha investito per l'Italia il marchio collettivo</p>			
--	--	--	---	--	--	--

#### GESTIONE PROGETTI FINANZIATI DA FONDI EUROPEI

Area di intervento	Obiettivo operativo	Indicatore operativo	Attività realizzate e risultati conseguiti	Risorse stanziare (dato aggiornato) in Euro	Risorse spese	UOS coinvolte
3 A6 OP.1	Gestioni progetti finanziati dal Progetti Europei	Proposizione unitamente ad altri partner europei di almeno n. 2 progetti comunitari e rendicontazione nei tempi previsti dei progetti già in essere	Nel 2019 la Camera di commercio e il Ce.F.A.S ha proposto unitamente ad altri partner europei i progetti: "Blue Social" e "CREativity and antrepreneurSHIP PATHways – Creativity and antrepreneurshih skills development paths"	0	0	STAFF AFFARI GENERALI PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO

**MISSIONE COFOG 12 “INIZIATIVE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO”**  
**Linea programmatica 3B “INIZIATIVE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO”**

**3B1 “TUTELA DELLA PROPRIETA’ INDUSTRIALE”**

Nr.	Obiettivo operativo	Indicatore operativo	Attività realizzate e risultati conseguiti	Risorse stanziare (dato aggiornato) in Euro	Risorse spese	UOS coinvolte
3B1 OP1	Tutela della proprietà industriale	Realizzazione di almeno n. 3 workshop in materia di proprietà industriale	<p>In data 29 maggio 2019 la Camera di Commercio, in occasione dell’avvio dello Sportello etichettatura e sicurezza alimentare, ha organizzato, presso la propria sede, il seminario sulla “Etichettatura dei prodotti alimentari”, in collaborazione con il Laboratorio Chimico della Camera di Commercio di Torino, i lavori del seminario hanno fornito agli operatori del settore alimentare una serie di chiarimenti sulle principali criticità emerse dopo l’entrata in vigore del Regolamento Comunitario 1169/2011. Venerdì 22 novembre dalle ore 9,30 presso la sede dell’Ente camerale si è svolto il seminario “Brand e contraffazione” organizzato dalla Camera di Commercio Viterbo con la collaborazione del CeFAS e il patrocinio dell’Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Viterbo, l’Ordine degli Avvocati di Viterbo e dell’Ordine dei Consulenti in Proprietà industriale.</p> <p>Venerdì 13 dicembre dalle ore 15,00 presso la sala Conferenze dell’Ente camerale si è svolto il convegno dal titolo “Il Marchio Tuscia Viterbese e le novità normative in materia di marchi collettivi e di certificazione” organizzato dalla Camera di Commercio Viterbo ad apertura di un</p>	2.000,00	958,92	TUTELA CONSUMATORE E IMPRESA

			week-end di promozione dei prodotti a marchio Tuscia Viterbese ed al fine di fare il punto dello stato dell'arte del marchio collettivo a 16 anni dalla sua istituzione e alle importanti decisioni da prendere alla luce della recente normativa che ha investito per l'Italia il marchio collettivo			
--	--	--	---	--	--	--

**MISSIONE COFOG 12 “ INIZIATIVE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO”**  
**3B2 “VIGILANZA DEL MERCATO”**

Nr.	Obiettivo operativo	Indicatore operativo	Attività realizzate e risultati conseguiti	Risorse stanziare (dato aggiornato) in Euro	Risorse spese	UOS coinvolte
3 B2 OP.1	Vigilanza del mercato	Prodotti DPI: Realizzazione di almeno 1 ispezione con 4 controlli sui prodotti (1 completo e 3 documentali)	Nel II trimestre è stata realizzata l'ispezione presso l'esercizio commerciale estratto Amicizia Sport di Tarquinia. Prelievo di n. 1 campione e verifica sulla documentazione acquisita durante l'ispezione e relativa a n. 4 prodotti	0	0	VIGILANZA, SICUREZZA PRODOTTI, FUNZIONI METRICHE E AMBIENTE
3 B2 OP.2	Vigilanza del mercato	Prodotti tessili: Realizzazione di almeno 1 ispezione con 4 controlli sui prodotti (1 completo e 3 documentali)	Nel III trimestre è stata realizzata l'ispezione presso l'impresa Ginevra SRLS. Prelievo di n. 1 campione e verifica sulla documentazione acquisita durante l'ispezione e relativa a n. 4 prodotti			
3 B2 OP.3	Vigilanza del mercato	Calzature: Realizzazione di almeno 1 ispezione con 4 controlli sui prodotti (1 completo e 3 documentali)	Nel III trimestre è stata realizzata l'ispezione presso l'impresa CALZATURE R.E. SNC DI ROSSI CARLO E EMILI GIORGIO dove è stato eseguito il controllo visivo formale di n. 4 prodotti cui poi è seguito l'affidamento al laboratorio dell'analisi completa di un paio di calzature			

3 B2 OP.4	Vigilanza del mercato	Elettrici: Realizzazione di almeno 1 ispezione con 4 controlli sui prodotti (1 completo e 3 documentali)	Nel II trimestre è stata realizzata l'ispezione presso l'esercizio commerciale Calandrelli Mauro durante la quale è stato acquisito un dispositivo poi affidato per le analisi ad un laboratorio di tasting ed è stato eseguito un controllo documentale su complessivamente n. 4 dispositivi.			
-----------	-----------------------	--	--	--	--	--

### 3. RENDICONTAZIONE DEGLI OBIETTIVI INDIVIDUALI

#### SEGRETARIO GENERALE – Francesco Monzillo

<b>Obiettivo individuale</b>	Coordinamento delle attività di monitoraggio trimestrale del grado di rispondenza dell'azione amministrativa agli obiettivi e al budget direzionale; analisi del budget economico e messa in atto di interventi correttivi.			15%
<b>Risultato misurato dell'Obiettivo</b>	100% ●			
<b>Indicatore</b>	<b>Algoritmo</b>	<b>Target anno 2019</b>	<b>Consuntivo anno 2019</b>	
Monitoraggio trimestrale e adozione eventuali interventi correttivi	Realizzazione attività	31/07/2019	25/07/2019	
<b>Obiettivo individuale</b>	Rilevazione customer continua agli sportelli e comunicazione istituzionale all'utenza			20%
<b>Risultato misurato dell'Obiettivo</b>	80% ● Non essendo partito il sistema che dava la possibilità agli utenti a sportello di dare un segnale di gradimento immediato al totem distributore di biglietti, è stata prevista in sostituzione un'indagine qualitativamente più importante ma con numeri estremamente più bassi in quanto è stato distribuito un questionario più complesso che ha visto la partecipazione di 226 utenti.			
<b>Indicatore</b>	<b>Algoritmo</b>	<b>Target anno 2019</b>	<b>Consuntivo anno 2019</b>	
Monitoraggio dell'indice di gradimento delle prestazioni rese a Sportello almeno sul 20% dell'utenza	Realizzazione attività	Customer satisfaction almeno sul 20% dell'utenza	La customer sugli utenti di sportello è stata sostituita da una customer più complessa che ha visto la partecipazione di 226 utenti	

<b>Obiettivo individuale</b>	Azioni organizzative ed amministrative propedeutiche all'attuazione della riforma del sistema camerale con particolare riferimento alla obbligatorietà degli accorpamenti o al rinnovo degli Organi.		40%
<b>Risultato misurato dell'Obiettivo</b>	100% ● Per le azioni di accorpamento è stato portato avanti il procedimento entro i termini previsti, fino all'intervento della sospensiva data dal Consiglio di Stato che ha bloccato la procedura.		
<b>Indicatore</b>	<b>Algoritmo</b>	<b>Target anno 2019</b>	<b>Consuntivo anno 2019</b>
Termine della procedura per invio dati alla Regione entro fine luglio.	Realizzazione attività	31.07.2019	Per le azioni di accorpamento è stato portato avanti il procedimento entro i termini previsti, fino all'intervento della sospensiva data dal Consiglio di Stato che ha bloccato tutto.
<b>Obiettivo individuale</b>	Aumento livello di compliance normativa in relazione alla sezione trasparenza del sito Internet		10%
<b>Risultato misurato dell'Obiettivo</b>	100% ●		
<b>Indicatore</b>	<b>Algoritmo</b>	<b>Target anno 2019</b>	<b>Consuntivo anno 2019</b>
Aumento della percentuale di compliance della Sezione Amministrazione Trasparente dal 90,2% al 94%	Realizzazione attività	94%	95%
<b>Obiettivo individuale</b>	Revisione della strutturazione dei contenuti e dei documenti del sito web tematico Tuscia Welcome*		5%
<b>Risultato misurato dell'Obiettivo</b>	100% ● E' stata fatta una revisione ed un aggiornamento di tutti i contenuti del sito, in particolar modo per quanto riguarda i dati delle strutture ricettive e dei tour operator, degli itinerari, del Marchio Tuscia Viterbese e di Tuscia Experience.		
<b>Indicatore</b>	<b>Algoritmo</b>	<b>Target anno 2019</b>	<b>Consuntivo anno 2019</b>
Risoluzione delle criticità riscontrate entro il primo semestre 2019	Realizzazione attività	30.06.2019	30.06.2019

<b>Obiettivo individuale</b>	Attività inerente la procedura di cancellazione d'ufficio ai sensi del DPR 247/2004 e dell'articolo 2190 del Codice Civile, nonché aggiornamento delle PEC dichiarate dalle imprese**			5%
<b>Risultato misurato dell'Obiettivo</b>	100% ●			
Indicatore	Algoritmo	Target anno 2019	Consuntivo anno	
N. pratiche di cancellazione trasmesse al giudice del registro ≥200	N. pratiche cancellazione trasmesse	≥200	850	
Aggiornamento di almeno 600 PEC	N. PEC aggiornate	≥600	1700	
<b>Obiettivo individuale</b>	Realizzazione attività di revisione ex ruolo agenti di commercio**			5%
<b>Risultato misurato dell'Obiettivo</b>	90% ● La revisione non si è conclusa entro l'anno 2019 in quanto è stato deciso di allungare i termini per la risposta da parte delle imprese oltre fine 2019 per dar modo di adempiere alle imprese più compiutamente.			
Indicatore	Algoritmo	Target anno 2019	Consuntivo anno 2019	
Completamento procedure di revisione entro l'anno	Realizzazione attività	31.12.2019	L'istruttoria è stata conclusa il 15 ottobre 2019, è stato deciso di allungare i termini per la risposta da parte delle imprese oltre fine 2019 per dar modo di adempiere alle imprese più compiutamente.	

\*La percentuale di peso dell'obiettivo è variato rispetto a quanto stabilito in origine dal Piano della performance 2019-2021 in considerazione del cambio di struttura, avvenuto nel mese di maggio 2019, e delle relative responsabilità dirigenziali, nonché del lavoro svolto dalle figure dirigenziali riferito a quegli stessi obiettivi durante i mesi di responsabilità e gestione dell'Area di riferimento

\*\* Gli obiettivi sono rientrati percentualmente anche tra gli obiettivi individuali del Segretario Generale, prima assenti nel Piano della performance 2019-2021, in considerazione del cambio di struttura, avvenuto nel mese di maggio 2019, e delle relative responsabilità dirigenziali, nonché del lavoro svolto dalle figure dirigenziali riferito a quegli stessi obiettivi durante i mesi di responsabilità e gestione dell'Area di riferimento

Indicatore	Algoritmo di calcolo	Risultato 2019
Indicatore sintetico obiettivi individuali Segretario Generale	Media dei valori del grado di raggiungimento degli obiettivi individuali	<b>95,5%</b>

### DIRIGENTE – Federica Ghitarrari

**Obiettivo individuale** Attività inerente la procedura di cancellazione d'ufficio ai sensi del DPR 247/2004 e dell'articolo 2190 del Codice Civile, nonché aggiornamento delle PEC dichiarate dalle imprese\* 20%

**Risultato misurato dell'Obiettivo** 100% ●

Indicatore	Algoritmo	Target anno 2019	Consuntivo anno
N. pratiche di cancellazione trasmesse al giudice del registro ≥200	N. pratiche cancellazione trasmesse	≥200	850
Aggiornamento di almeno 600 PEC	N. PEC aggiornate	≥600	1700

**Obiettivo individuale** Realizzazione attività di revisione ex ruolo agenti di commercio\* 5%

**Risultato misurato dell'Obiettivo** 90% ● La revisione non si è conclusa entro l'anno 2019 in quanto è stato deciso di allungare i termini per la risposta da parte delle imprese oltre fine 2019 per dar modo di adempiere alle imprese più compiutamente.

Indicatore	Algoritmo	Target anno 2019	Consuntivo anno 2019
Completamento procedure di revisione entro l'anno	Realizzazione attività	31.12.2019	L'istruttoria è stata conclusa il 15 ottobre 2019, è stato deciso di allungare i termini per la risposta da parte delle imprese oltre fine 2019 per dar modo di adempiere alle imprese più compiutamente.



<b>Obiettivo individuale</b>	Realizzazione piattaforma informatizzata per la valutazione del personale correlato al nuovo sistema di misurazione e valutazione performance			25%
<b>Risultato misurato dell'Obiettivo</b>	100% ●			
<b>Indicatore</b>	<b>Algoritmo</b>	<b>Target anno 2019</b>	<b>Consuntivo anno 2019</b>	
Garantire la piena funzionalità della piattaforma entro il I semestre	Realizzazione attività	30.06.2019	30.06.2019	
<b>Obiettivo individuale</b>	Riorganizzazione Servizio bilancio e ragioneria in considerazione del pensionamento dell'attuale Responsabile.			35%
<b>Risultato misurato dell'Obiettivo</b>	100% ●			
<b>Indicatore</b>	<b>Algoritmo</b>	<b>Target anno 2019</b>	<b>Consuntivo anno 2019</b>	
Organizzazione finalizzata alla razionalizzazione ed alla piena funzionalità del Servizio entro l'anno.	Realizzazione attività	31.12.2019	31.12.2019	
<b>Obiettivo individuale</b>	Aumento livello di compliance normativa in relazione alla sezione trasparenza del sito Internet			5%
<b>Risultato misurato dell'Obiettivo</b>	100% ●			
<b>Indicatore</b>	<b>Algoritmo</b>	<b>Target anno 2019</b>	<b>Consuntivo anno 2019</b>	
Aumento della percentuale di compliance della Sezione Amministrazione Trasparente dal 90,2% al 94%	Realizzazione attività	94%	95%	
<b>Obiettivo individuale</b>	Revisione della strutturazione dei contenuti e dei documenti del sito web tematico Tuscia Welcome**			10%
<b>Risultato misurato dell'Obiettivo</b>	100% ● E' stata fatta una revisione ed un aggiornamento di tutti i contenuti del sito, in particolar modo per quanto riguarda i dati delle strutture ricettive e dei tour operator, degli itinerari, del Marchio Tuscia Viterbese e di Tuscia Experience.			

Indicatore	Algoritmo	Target anno 2019	Consuntivo anno 2019
Risoluzione delle criticità riscontrate entro il primo semestre 2019	Realizzazione attività	30.06.2019	30.06.2019

**\*La percentuale di peso dell'obiettivo è variato rispetto a quanto stabilito in origine dal Piano della performance 2019-2021 in considerazione del cambio di struttura, avvenuto nel mese di maggio 2019, e delle relative responsabilità dirigenziali, nonché del lavoro svolto dalle figure dirigenziali riferito a quegli stessi obiettivi durante i mesi di responsabilità e gestione dell'Area di riferimento**

**\*\* Gli obiettivi sono rientrati percentualmente anche tra gli obiettivi individuali del Dirigente, prima assenti nel Piano della performance 2019-2021, in considerazione del cambio di struttura, avvenuto nel mese di maggio 2019, e delle relative responsabilità dirigenziali, nonché del lavoro svolto dalle figure dirigenziali riferito a quegli stessi obiettivi durante i mesi di responsabilità e gestione dell'Area di riferimento**

Indicatore	Algoritmo di calcolo	Risultato 2019
Indicatore sintetico obiettivi individuali Dirigente	Media dei valori del grado di raggiungimento degli obiettivi individuali	<b>99,5%</b>

## DOCUMENTI DEL CICLO DELLA PERFORMANCE

DOCUMENTO	Data di approvazione	Data pubblicazione	Data ultimo aggiornamento	Link al documento
Sistema di misurazione e valutazione della performance	Delibera di giunta n. 5.31 del 02.07.2019	02.07.2019	02.07.2019	<a href="http://www.vt.camcom.it/it/amministrazione-trasparente-29/performance-102/sistema-di-misurazione-e-valutazione-della-performance-136/">http://www.vt.camcom.it/it/amministrazione-trasparente-29/performance-102/sistema-di-misurazione-e-valutazione-della-performance-136/</a>
Piano della performance 2019-2021	Delibera di Giunta n. 1.3 del 31.01.2019	31.01.2019	31.01.2019	<a href="http://www.vt.camcom.it/gesFiles/Filez/1557410083K155443.pdf">http://www.vt.camcom.it/gesFiles/Filez/1557410083K155443.pdf</a>
Programma triennale per la trasparenza e l'integrità 2019 -2021	Delibera di Giunta n. 1.3 del 31.01.2019	31.01.2019	31.01.2019	<a href="http://www.vt.camcom.it/gesFiles/Filez/1557410083K155443.pdf">http://www.vt.camcom.it/gesFiles/Filez/1557410083K155443.pdf</a>
Relazione dell'OIV sul funzionamento complessivo del sistema di valutazione	12.05.2020	12.05.2020	/	<a href="http://www.vt.camcom.it/gesFiles/Filez/1588260586K172946.pdf">http://www.vt.camcom.it/gesFiles/Filez/1588260586K172946.pdf</a>