



**Area dirigenziale**

**Area Segretario Generale**

**Responsabile**

**Dott. Raffaele De Sio**

Obiettivo strategico		1.3 Potenziare l'informazione economico-statistica per le imprese, gli stakeholders e i policy makers										
Risorse Economiche		220.000,00										
Iniziativa		Principali Azioni		Uffici interni coinvolti	Cod.	Indicatori operativi	Target 2012 (Risultato Atteso)	Risultato effettivo 2012	% di realizzazione	Range di valutazione		Note per analisi scostamenti
A	Valorizzazione del patrimonio informativo camerale costituito dal Registro delle imprese e da banche dati gestite dall'Ente e dalle Aziende speciali	Valorizzare il dato Registro Imprese che rappresenta il vero patrimonio informativo camerale e che è arricchito nelle sue potenzialità dalle recenti innovazioni negli strumenti di navigazione anche avviando un percorso di qualità dei dati a livello provinciale che consenta di far confluire nel database del Registro le informazioni verificate in occasione delle attività di indagine.		Studi e Programmazione	1.3.A.5	Data avvio attività di elaborazione ed analisi	30/06/2012	0,00	0%	50%	80%	
Iniziativa		Principali Azioni		Uffici interni coinvolti	Cod.	Indicatori operativi	Target 2012 (Risultato Atteso)	Risultato effettivo 2012	% di realizzazione	Range di valutazione		Note per analisi scostamenti
B	Potenziare le attività di monitoraggio realizzate dall'Osservatorio economico e statistico e sistematizzare l'informazione statistica per ridurre il gap fra rilevazione e diffusione dei dati	Fornire statistiche e dati in modo puntuale e fruibile riducendo il gap tra rilevazione e diffusione dei dati, attraverso la redazione di notiziari flash che forniscano, a cadenza trimestrale, aggiornamenti sui principali aspetti congiunturali dell'economia provinciale ed approfondimenti, su base annuale, di particolari tematiche. Ciascun notiziario, pur avendo uno specifico oggetto, rappresenterà un appuntamento fisso di informazione sulle tendenze evolutive dell'economia provinciale.		Studi e Programmazione	1.3.B.1	N. di report statistici allegati ai comunicati stampa realizzati nell'anno	12	0,00	0%	50%	80%	
		Proseguire le attività di monitoraggio economico realizzate nell'ambito dell'Osservatorio Economico avviato in collaborazione con l'Università di Salerno e l'Istituto Tagliacarne di Roma. Le tematiche di indagine saranno individuate effettuando una mappatura delle esigenze degli operatori economici e stimolando il confronto con gli enti operanti sul territorio anche attraverso la sottoscrizione di specifici accordi di collaborazione.		Studi e Programmazione	1.3.B.2	N. indagini su specifici temi realizzate nell'anno (esempio: focus settoriali su credito, costruzioni, mercato del lavoro, energia)	2	0,00	0%	50%	80%	
Iniziativa		Principali Azioni		Uffici interni coinvolti	Cod.	Indicatori operativi	Target 2012 (Risultato Atteso)	Risultato effettivo 2012	% di realizzazione	Range di valutazione		Note per analisi scostamenti
C	Creare momenti di confronto e informazione pubblica in collaborazione con partner istituzionali e del sistema camerale	Creare momenti di confronto e informazione pubblica, come il consolidato appuntamento annuale della Giornata dell'Economia, in collaborazione con partner istituzionali e del sistema camerale, anche attraverso la rete camerale Starnet e con l'implementazione di una sezione del sito camerale dedicata alla pubblicazione dei dati in costante aggiornamento.		Studi e Programmazione	1.3.C.1	Realizzazione giornata dell'economia	31/05/2012	00/01/1900	0%	50%	80%	
				Studi, Stampa e Cerimoniale	1.3.C.2	Data di implementazione sezione dedicata del sito istituzionale	31/12/2012	00/01/1900	0%	50%	80%	
				Studi e Programmazione	1.3.C.3	N. aggiornamenti realizzati nell'anno con periodicità semestrale	2	0	0%	50%	80%	
		Realizzare il portale statistico e di MKT SALERNO.		Statistica e Prezzi	1.3.C.4	N. contatti realizzati nell'anno T / contatti realizzati nell'anno T-1	107%	0	0%	50%	80%	
Iniziativa		Principali Azioni		Uffici interni coinvolti	Cod.	Indicatori operativi	Target 2012 (Risultato Atteso)	Risultato effettivo 2012	% di realizzazione	Range di valutazione		Note per analisi scostamenti
D	Realizzare analisi ambientali e di settore per fornire informazioni mirate alle imprese	Analisi ambientali e di settore nei comparti industriali, legno e arredo e agroalimentare		Studi e Programmazione	1.3.D.1	Numero attività progettuali realizzate	3	0,00	0%	50%	80%	

Obiettivo strategico		1.4 Aumentare il livello di informazione e trasparenza percepito dall'utenza									
Risorse Economiche		50.000,00									
Iniziativa		Principali Azioni	Uffici interni coinvolti	Cod.	Indicatori operativi	Target 2012 (Risultato Atteso)	Risultato effettivo 2012	% di realizzazione	Range di valutazione		Note per analisi scostamenti
A	Potenziare la comunicazione istituzionale e rendere più efficace il dialogo con il territorio	Intensificare e potenziare i rapporti con la stampa e i media (anche attraverso la presenza su social network) monitorando la presenza costante.	Stampa e cerimoniale	1.4.A.1	Attivazione del profilo della Camera su social network	31/12/2012	00/01/1900	0%	50%	80%	
		Migliorare il sito istituzionale per favorire la fruibilità delle informazioni.	Stampa e cerimoniale	1.4.A.2	Tempo medio di permanenza su pagine del sito di specifici settori (attività) anno T/ Tempo medio di permanenza su pagine del sito di specifici settori (attività) anno T-1	1	0	0%	50%	80%	
		Organizzare e promuovere eventi di rappresentanza.	Stampa e cerimoniale	1.4.A.3	N. eventi di rappresentanza organizzati dall'Ente nell'anno T	2	0	0%	50%	80%	
		Predisporre annualmente il Piano di comunicazione.	Stampa e cerimoniale	1.4.A.4	Predisposizione del Piano di comunicazione	31/12/2012	00/01/1900	0%	50%	80%	
Iniziativa		Principali Azioni	Uffici interni coinvolti	Cod.	Indicatori operativi	Target 2012 (Risultato Atteso)	Risultato effettivo 2012	% di realizzazione	Range di valutazione		Note per analisi scostamenti
B	Garantire l'effettiva accountability verso l'esterno	Attuazione del Piano triennale della trasparenza.	Servizi interessati + Stampa e Cerimoniale	1.4.B.1	N. attività del piano della trasparenza realizzate nell'anno T/ N. attività previste per l'anno T	100%	0%	0%	50%	80%	
Iniziativa		Principali Azioni	Uffici interni coinvolti	Cod.	Indicatori operativi	Target 2012 (Risultato Atteso)	Risultato effettivo 2012	% di realizzazione	Range di valutazione		Note per analisi scostamenti
C	Potenziare il ruolo dell'Ufficio Relazioni con il pubblico (URP) quale garanzia del diritto di informazione e di trasparenza e per migliorare gli standard di qualità raggiunti	Sviluppare il progetto CRM (progetto trasversale): costruire e implementare la banca dati quale patrimonio comune a tutti gli uffici e mantenere costantemente pulita la banca dati.	Stampa e Cerimoniale	1.4.C.1	N. uffici coinvolti nel progetto CRM (alimentazione del database) nell'anno T / N. totale uffici nell'anno T	100%	0%	0%	50%	80%	
				1.4.C.2	N. imprese qualificate / N. imprese da qualificare	60%	0%	0%	50%	80%	
				1.4.C.3	N. iniziative promosse tramite CRM / N. iniziative realizzate	100%	0%	0%	50%	80%	
		Realizzare con periodicità le indagini di customer satisfaction.	Affari Generali, Stampa e Cerimoniale	1.4.C.4	Data realizzazione indagine di customer satisfaction	31/03/2012	00/01/1900	0%	50%	80%	
		Sistematizzare le informazioni prodotte dalle indagini di customer satisfaction	Ciclo della Performance	1.4.C.5	Individuazione di indicatori di Customer satisfaction per definire target di miglioramento	31/12/2012	00/01/1900	0%	50%	80%	

Obiettivo strategico		1.7 Implementare il ciclo della performance per garantire l'efficacia dell'azione camerale									
Risorse Economiche											
Iniziativa		Principali Azioni	Uffici interni coinvolti	Cod.	Indicatori operativi	Target 2012 (Risultato Atteso)	Risultato effettivo 2012	% di realizzazione	Range di valutazione		Note per analisi scostamenti
A	Razionalizzare il processo di pianificazione/programmazione delle attività per ottimizzare la produttività del lavoro e garantire l'efficienza e la trasparenza dell'operato camerale	Misurare e monitorare la performance camerali in itinere	Ciclo della Performance	1.7.A.1	N. di report realizzati per il monitoraggio	2	0%	0%	50%	80%	
		Implementare la Bsc	Ciclo della Performance	1.7.A.2	N. azioni BSC con % di realizzazione superiore al 70%	40%	0%	0%	50%	80%	
		Effettuare la pianificazione finanziaria pluriennale.	Studi e Programmazione, Bilancio Finanze e Risorse	1.7.A.3	Predisposizione pianificazione finanziaria	31/10/2012	00/01/1900	0%	50%	80%	
		Integrare l'aspetto quali-quantitativo della gestione per obiettivi (Bsc) con l'aspetto economico finanziario.	Ciclo della Performance	1.7.A.4	Data di assestamento degli obiettivi	30/07/2012	00/01/1900	0%	50%	80%	
		Utilizzare i feedback ottenuti dal confronto con gli stakeholder nelle attività di pianificazione strategica e di programmazione e controllo dell'Ente.	Ciclo della Performance	1.7.A.5	Data avvio attività di integrazione e utilizzo dei feedback	31/12/2012	00/01/1900	0%	50%	80%	
		Proseguire la sperimentazione del Bilancio di genere secondo le Linee guida di sistema che prevedono l'individuazione di specifici obiettivi di pari opportunità nell'ambito del Gruppo di lavoro promosso da Unioncamere nazionale.	Studi e Programmazione, segreteria CIF, Ciclo della performance	1.7.A.6	Data di definizione di obiettivi di genere e realizzazione di un report sperimentale (ob. OP)	31/12/2012	00/01/1900	0%	50%	80%	
				1.7.A.7	Grado di realizzazione del progetto Bilancio di genere	100%	0%	0%	50%	80%	

AREA STRATEGICA 2	TRASPARENZA, TUTELA DEL MERCATO E GIUSTIZIA ALTERNATIVA
-------------------	---

Obiettivo strategico		2.1 Essere il punto di riferimento per il territorio su tutti gli aspetti inerenti la tutela del mercato a garanzia della trasparenza nei confronti di imprese e consumatori									
Risorse Economiche		130.000,00									
Iniziativa		Principali Azioni	Uffici interni coinvolti	Cod.	Indicatori operativi	Target 2012 (Risultato Atteso)	Risultato effettivo 2012	% di realizzazione	Range di valutazione		Note per analisi scostamenti
C	Effettuare attività di informazione a tutela dei consumatori e utenti su tematiche di prioritario interesse	Attività di informazione a tutela dei consumatori e utenti su tematiche di prioritario interesse	Tutela consumatori ed utenti	2.1.C.1	Data avvio attività di informazione	31/12/2012	00/01/1900	0%	50%	80%	
D	iniziativa D - Promozione della conoscenza degli strumenti della conciliazione e dell'arbitrato	Attività informativa e promozionale sulla mediazione (brochure, diffusione tramite media e giornali), anche attraverso il coinvolgimento degli ordini professionali e delle associazioni di categoria.	Tutela consumatori ed utenti	2.1.D.1	Data avvio attività informativa e promozionale	31/12/2012	00/01/1900	0%	50%	80%	
		Avviare la formazione per mediatori/conciliatori in collaborazione con l'Università di Salerno.	Tutela consumatori ed utenti	2.1.D.2	N. conciliatori / mediatori che hanno partecipato alle giornate di formazione e aggiornamento	20	0	0%	50%	80%	
		Informatizzare i procedimenti di mediazione/conciliazione mediante procedura informatica Infocamere (ex Tinnova)	Tutela consumatori ed utenti	2.1.D.3	Avvio sistema informatico per la gestione delle procedure di mediaz./conciliazione	31/12/2012	00/01/1900	0%	50%	80%	
				2.1.D.4	N. conciliazioni e mediazioni realizzate nell'anno T/N. conciliazioni (350) e mediazioni realizzate nell'anno T-1	1	0	0%	50%	80%	

Obiettivo strategico		5.3 Promuovere la cultura d'impresa al femminile per superare le discriminazioni di genere 									
Risorse Economiche		15.000,00									
Iniziativa		Principali Azioni	Uffici interni coinvolti	Cod.	Indicatori operativi	Target 2012 (Risultato Atteso)	Risultato effettivo 2012	% di realizzazione	Range di valutazione		Note per analisi scostamenti
B	Garantire servizi di consulenza specialistica e qualificata per favorire la nascita e lo sviluppo di imprese femminili	Percorsi formativi per la creazione di consulenti e figure specializzate che forniscano assistenza alle donne che vogliono e che fanno impresa;	Stampa e Cerimoniale Segreteria CIF Servizio Promozione Economica	5.3.B.1	N. iniziative formative promosse dalla Camera	1	0,00	0%	50%	80%	
Iniziativa		Principali Azioni	Uffici interni coinvolti	Cod.	Indicatori operativi	Target 2012 (Risultato Atteso)	Risultato effettivo 2012	% di realizzazione	Range di valutazione		Note per analisi scostamenti
C	Accrescere il livello di informazione e conoscenza del mondo imprenditoriale femminile	Ricerca e pubblicazione studi	Stampa e Cerimoniale Segreteria CIF Servizio Promozione Economica	5.3.C.1	N. studi pubblicati sull'imprenditoria femminile	1	0	0%	50%	80%	
		Organizzazione Seminari per promozione e sostegno all'Imprenditorialità Femminile		5.3.C.2	N. partecipanti ai Seminari per la promozione dell'imprenditoria femminile	140	0	0%	50%	80%	
		Premio "Venere d'Oro" – Edizione 2012/2013/2014		5.3.C.3	N. campagne di comunicazione per promuovere la cultura d'impresa al femminile	3-4	0	0%	50%	80%	
		Partecipazione a manifestazioni di genere organizzate da enti e/o istituzioni e fiere d'interesse per l'imprenditoria femminile									
Partecipazione Convegni Nazionali e Internazionali per la promozione e l'aggiornamento delle attività del CIF											