


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	Risorse economiche (€)	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.	45.000	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.	80.000	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	Risorse economiche (€)	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.	25.000	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	Risorse economiche (€)	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	Missioni finalizzate nei comparti industriali, legno e arredo e agroalimentare	70.000	A.S. Intertrade	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		Risorse economiche (€)	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	Migliorare il sito istituzionale per favorire la fruibilità delle informazioni.		10.000	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		Risorse economiche (€)	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	40%	0%	0%	50%	80%	
Iniziativa		Principali Azioni		Risorse economiche (€)	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.		30.000	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	12%	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.		10.000	Affari Generali, Stampa e Cerimoniale	1.4.C.4	Data realizzazione indagine di customer satisfaction	31/05/2012	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	Risorse economiche (€)	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%	
		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		10.000,00										
Iniziativa		Principali Azioni	Risorse economiche (€)	Uffici interni coinvolti	Cod.	Indicatori operativi	Target 2012 (Risultato Atteso)	Risultato effettivo 2012	% di realizzazione	Range di valutazione		Note per analisi scostamenti
D	Iniziativa D - Promozione della conoscenza degli strumenti della conciliazione e dell'arbitrato	Informatizzare i procedimenti di mediazione/conciliazione mediante procedura informatica Infocamere (ex-Tinnova)	10.000	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	0,5	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	Risorse economiche (€)	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;	1.500	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	Risorse economiche (€)	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	2.000		5.3.C.1	N. studi pubblicati sull'imprenditoria femminile	1	0	0%	50%	80%	
		Organizzazione Seminari per promozione e sostegno all'Imprenditorialità Femminile	2.000		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	8.000	Stampa e Cerimoniale Segreteria CIF Servizio Promozione Economica	5.3.C.3	N. campagne di comunicazione per promuovere la cultura d'impresa al femminile	3	0	0%	50%	80%	
		Partecipazione a manifestazioni di genere organizzate da enti e/o istituzioni e fiere d'interesse per l'imprenditoria femminile	1.500									
Partecipazione Convegni Nazionali e Internazionali per la promozione e l'aggiornamento delle attività del CIF												