



**Camera di Commercio
Teramo**

Allegato "B"

SCHEDE OBIETTIVI STRATEGICI 2011/2013

Adeguamento dei processi di pianificazione, programmazione, controllo, valutazione, rendicontazione e trasparenza ai sensi del dlgs 150/2009



**Camera di Commercio
Teramo**



PRIORITA' STRATEGICA
SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA INNOVAZIONE, MIGLIORAMENTO, E PROMOZIONE DEI SERVIZI DEL SISTEMA CAMERALE
Cod.1
AREA STRATEGICA
PROCESSI INTERNI
Cod 1.1

Scheda di Programmazione Strategica

Area Strategica	PROCESSI INTERNI
Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	<p>punti di forza: 1. adeguata preparazione del personale sul CAD; 2. adeguata dotazione di apparecchiature informatiche; 3. esperienza di dematerializzazione dei flussi documentali svolte negli ultimi anni</p> <p>punti di debolezza: 1. scarsa diffusione di corrispondenti dotati di PEC; 2. complessità di alcuni processi di lavoro</p> <p>minacce: 1. conservazione sostitutiva dei documenti digitali (supporti e software di conservazione)</p> <p>opportunità: 1. normativa che obbliga sempre di più all'utilizzo di tecnologie ICT</p> <p>Priorità strategiche dell'area: 2011: focalizzazione su digitalizzazione degli atti deliberativi, digitalizzazione dei flussi documentali giustificativi di spesa e integrazione con gli atti provvedimentali, digitalizzazione dei giustificativi di assenza del personale 2012: focalizzazione su digitalizzazione del fascicolo del personale; regolazione del n 2013: focalizzazione sulla promozione</p>
Obiettivo strategico (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	RIDUZIONE DEI TEMPI DI LAVORAZIONE E RECUPERO DI EFFICIENZA MEDIANTE LA DIGITALIZZAZIONE DEI PROCESSI
Codice	1.1.a
Risultati attesi (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Riduzione del 18% rispetto al 2009 dei tempi di conclusione dei processi - Digitalizzazione informatica del 30% dei processi ancora gestiti in modalità tradizionale al 31.12.2009 - Attivazione on-line del 5% dei servizi offerti all'utenza diversi da quelli anagrafico - certificativi - - Riduzione almeno del 3% degli oneri per il consumo di carta - Riconversione di almeno di n.2 unità lavorative in servizi diversi da quelli di supporto
KPI (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
1) KPI di monitoraggio e valutazione	tempi medi di conclusione dei processi (2011/2013)/ tempi medi di conclusione dei processi 2009
2) KPI di monitoraggio e valutazione	- numero processi digitalizzati (2011/2013)/ numero processi da digitalizzare al 31.12.2009
3) KPI di monitoraggio e valutazione	- numero servizi offerti all'utenza diversi da quelli anagrafico - certificativi digitalizzati (2011/2013)/ numero servizi offerti all'utenza diversi da quelli anagrafico -certificativi da digitalizzare al 31.12.2009
4) KPI di monitoraggio e valutazione	oneri consumo di carta (2011/2013)/ oneri consumo di carta anno 2009
5) KPI di monitoraggio e valutazione	Percentuale di riconversione del personale in servizi alle imprese
6) KPI di monitoraggio e valutazione	
Aree organizzative coinvolte nella realizzazione	Tutto l'Ente
Budget previsto (Costi diretti esterni per il triennio)	54.600,00
Note	

Area Strategica	PROCESSI INTERNI
------------------------	------------------

Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	<p>Punti di forza: dotazione di adeguati supporti informatici, adeguata preparazione del personale nel rilascio dei principali dispositivi digitali previsti dalla normativa a supporto delle imprese.</p> <p>punti di debolezza: mancanza di servizi di assistenza agli operatori economici sulle modalità di utilizzo degli strumenti informatici da impiegare per il corretto invio della pratica telematica.</p> <p>minacce: scarsa conoscenza delle procedure operative inerenti la creazione e la trasmissione della pratica COMUNICA; scarso utilizzo dei dispositivi digitali</p> <p>opportunità: numerose normative in materia di semplificazione amministrativa</p> <p>Priorità strategiche dell'area : diffondere il più possibile l'utilizzo dei dispositivi digitali da parte degli utenti</p>
---	--

Obiettivo strategico (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Miglioramento della diffusione tra gli utenti e delle PP. AA. con cui la Camera intrattiene relazioni amministrative, dell'utilizzo dei supporti digitali; creazione di un servizio di assistenza all'utenza nella creazione e nell'invio della pratica telematica C10
---	--

Codice	1.1.b
---------------	--------------

Risultati attesi (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	<p>a) riduzione, rispetto al 2010, del 30% del numero di pratiche sospese oltre i 5 gg ed oltre i 10gg per effetto del miglioramento della qualità delle pratiche COMUNICA trasmesse al Registro delle imprese</p> <p>b) incremento del grado di utilizzo della PEC da parte degli utenti nei servizi diversi da quelli anagrafico - certificativi affinché il 30% delle domande di partecipazione a iniziative promozionali camerali avvenga con l'utilizzo di tale strumento</p> <p>c) rilevazione di un buon grado di gradimento (customer satisfaction) dei servizi di assistenza alla utenza professionale</p>
--	---

KPI (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
--	--

1) KPI di monitoraggio e valutazione	numero medio annuo di pratiche COMUNICA sospese (2011/2013)/ numero medio annuo di pratiche COMUNICA sospese 2010
---	---

2) KPI di monitoraggio e valutazione	Numero medio annuo di pec utilizzate dagli utenti per servizi diversi da quelli anagrafico certificativi (2011/2013) / numero di istanze per la partecipazione a iniziative promozionali nel periodo (2011/2013)
---	--

3) KPI di monitoraggio e valutazione	Customer Satisfaction Index per i servizi di assistenza all'utenza professionale
---	--

Aree organizzative coinvolte nella realizzazione	Area Economico - Finanziaria; Firma digitale e servizi Informatici
---	--

Budget previsto (Costi diretti esterni per il triennio)	0,00
---	------

Note	
-------------	--

Scheda di Programmazione Strategica

Area Strategica	PROCESSI INTERNI
Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	<p>PUNTI DI FORZA: Buon livello informativo della sezione Registro delle imprese del sito camerale;</p> <p>PUNTI DI DEBOLEZZA: tempi ridotti per approfondimento giuridico e tutoraggio verso le nuove leve; turnover del personale.</p> <p>OPPORTUNITA': generale incremento di utilizzo di strumenti informatici da parte dell'utenza (PEC, email, business key, CNS, email, etc);</p> <p>MINACCE: definizione dei rapporti tra Registro Imprese e Agenzie per le Imprese (Decreto 159/2010) e criticità dei flussi informativi con Inps e Agenzia Entrate.</p>
Obiettivo strategico (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	RECUPERO DI EFFICIENZA ATTRAVERSO L'INCREMENTO DELLA DIGITALIZZAZIONE E LA RAZIONALIZZAZIONE DELL'ARCHIVIAZIONE INFORMATICA E CARTACEA
Codice	1.1.c
Risultati attesi (sono esplicitati in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	<p>RIDUZIONE DEL 70% DEL VOLUME DELL'ARCHIVIO CARTACEO;</p> <p>RISPOSTE AL 90% ALLE RICHIESTE DI HELP TELEMATICO (AL DI FUORI DEL DIARIO MESSAGGI);</p> <p>NUMERO DI VERBALI NEL TRIENNIO / NUMERO DI SANZIONI ACCERTATE NEL TRIENNIO >= 90%</p>
KPI (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
1) KPI di monitoraggio e valutazione	NUMERO FASCICOLI DI IMPRESE CESSATE ESTRATTI DALL'ARCHIVIO CARTACEO E STOCCATI IN MAGAZZINO / NUMERO TOTALE IMPRESE CESSATE
2) KPI di monitoraggio e valutazione	SPAZIO OCCUPATO DALL'ARCHIVIO CARTACEO (31.12.2013) / SPAZIO OCCUPATO DALL'ARCHIVIO CARTACEO (31.12.2010)
3) KPI di monitoraggio e valutazione	NUMERO DI VERBALI NEL TRIENNIO / NUMERO DI SANZIONI ACCERTATE NEL TRIENNIO
4) KPI di monitoraggio e valutazione	NUMERO DI RISPOSTE FORNITE TELEMATICAMENTE / NUMERO SEGNALAZIONI RICEVUTE TRAMITE SISTEMA DI TICKETING
Aree organizzative coinvolte nella realizzazione	REGISTRO IMPRESE
Budget previsto (Costi diretti esterni per il triennio)	0
Note	

Scheda di Programmazione Strategica

Area Strategica	Processi interni
Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	Mantenere tempi ridotti rispetto a quelli previsti dall'art. 689/81 in materia di procedimento sanzionatorio amministrativo.
Obiettivo strategico (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Il procedimento di irrogazione delle sanzioni amministrative deve concludersi nel termine di cinque anni da quando è stata commessa la violazione; l'obiettivo è quello di svolgere le attività a che il termine sia mantenuto nei due anni dall'incoltro da parte dell'organo accertatore e per la riscossione coattiva entro diciotto mesi dalla scadenza non onorata del pagamento.
Codice	1.1.d
Risultati attesi (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Irrogazione della sanzione entro 24 mesi dall'accertamento della violazione; Riscossione a ruolo delle somme non onorate entro 18 mesi dalla scadenza;
KPI (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	Ordinanze ingiunzioni emesse nel 2008 n. 602, nel 2009 n. 398 e nel 2010 n. 531
1) KPI di monitoraggio e valutazione	Tempo medio di irrogazione delle sanzioni
2) KPI di monitoraggio e valutazione	Numero di sanzioni irrogate oltre 24 mesi dall'accertamento/ numero totale di sanzioni irrogate
3) KPI di monitoraggio e valutazione	Tempo medio di emissione del ruolo
4) KPI di monitoraggio e valutazione	
Aree organizzative coinvolte nella realizzazione	Dirigente area Promozione - Ufficio ex Upica
Budget previsto (Costi esterni per il triennio)	0,00
Nota	

Scheda di Programmazione Strategica

<p align="center">Area Strategica</p> <p align="center">PROCESSI INTERNI</p>	<p>Analisi del bisogno e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</p> <p>Punti di forza: dotazione di adeguati supporti informatici, adeguata preparazione del personale per la digitalizzazione dei processi di lavoro dell'ufficio contabilità del personale</p> <p>punti di debolezza: Mancanza di coordinamento tra le diverse fasi dei processi gestiti dall'ufficio contabilità del personale</p> <p>opportunità: normativa che obbliga alla semplificazione ed alla trasparenza dei procedimenti amministrativi</p> <p>minacce: rilevazione di incongruenze da parte di utenti interni ed esterni</p> <p>correttezza dei calcoli.</p> <p>Prontità strategiche dell'area: Migliorare la gestione dei procedimenti gestiti dall'ufficio contabilità del personale</p>
<p>Obiettivo strategico (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)</p>	<p>Codice 1.1.e</p> <p>Risultati attesi (sono esplicitati in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)</p> <p>eliminazione degli errori nelle procedure di calcolo gestite dall'ufficio contabilità del personale; riduzione 20% dei tempi di elaborazione dei dati relativi ai diversi processi gestiti dall'ufficio contabilità del personale; aggiornamento on-line delle banche dati contributive dei dipendenti</p>
<p>KPI (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessari per monitorare l'andamento dell'obiettivo)</p>	<p>1) KPI di monitoraggio e valutazione numero errori rilevati nel periodo (2011/2013)/numero di errori rilevati (2008/2010) = 0</p> <p>2) KPI di monitoraggio e valutazione gg di medio di ritardo rispetto alla data di pagamento (2011/2013)/ gg medi di ritardo rispetto alla data di pagamento (2008/2010) < 1</p> <p>3) KPI di monitoraggio e valutazione numero pratiche contributive digitalizzate (2011/2013)/ numero pratiche contributive da digitalizzare = 1</p> <p>Segretario Generale= Ufficio contabilità del personale</p> <p>Area organizzative coinvolte nella realizzazione</p> <p>Budget previsto (Costi diretti esterni per il triennio) 0,00</p> <p>Note</p>



**Camera di Commercio
Teramo**



PRIORITA' STRATEGICA
SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA INNOVAZIONE, MIGLIORAMENTO, E PROMOZIONE DEI SERVIZI DEL SISTEMA CAMERALE
Codice 1
AREA STRATEGICA
TRASPARENZA
Codice 1.2

Scheda di Programmazione Strategica

Area Strategica	TRASPARENZA
Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	<p>Punti di forza: adozione ed implementazione dei sistemi di programmazione, pianificazione e controllo previsti dal DPR n.254/2005</p> <p>punti di debolezza: Ancora non completo coinvolgimento degli organi di amministrazione e dei Dirigenti nel processo di programmazione, pianificazione e controllo</p> <p>minacce: sanzioni previste dalle norme;</p> <p>opportunità: applicazione delle disposizioni previste dal D.Lgs n.150/2009</p> <p>Priorità strategiche dell'area: revisione dei processi alla base del ciclo di gestione della performance, adozione dei sistemi e degli strumenti previsti dal D.Lgs n.150/2009, coinvolgimento degli stakeholders nelle attività di pianificazione e rendicontazione</p>
Obiettivo strategico (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Dare piena attuazione al programma triennale per la trasparenza e l'integrità
Codice	1.2.a
Risultati attesi (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	<p>a) predisposizione ed approvazione dei documenti di programmazione pianificazione e controllo entro i termini previsti dal D.Lgs n.150/2009</p> <p>b) attuare il ciclo di gestione della performance e gli strumenti di supporto previsti</p> <p>c) revisionare i sistemi di valutazione in chiave maggiormente meritocratica</p>
KPI (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
1) KPI di monitoraggio e valutazione	gg ritardo rispetto alle scadenze previste dalle norme e dai regolamenti
2) KPI di monitoraggio e valutazione	grado di partecipazione del personale ai momenti di formazione e comunicazione sulla trasparenza
3) KPI di monitoraggio e valutazione	Grado di coinvolgimento degli amministratori nel processo di P&C
4) KPI di monitoraggio e valutazione	Indice di meritocraticità = retribuzione di produttività (max -min)/max
4) KPI di monitoraggio e valutazione	retribuzione di produttività e di risultato erogata /risorse stanziare per retribuzione di produttività e di risultato
Aree organizzative coinvolte nella realizzazione	Segretario Generale: URP e AA GG Dirigente Area Economico Finanziaria
Budget previsto (Costi esterni per il triennio)	0,00
Note	



**Camera di Commercio
Teramo**



PRIORITA' STRATEGICA
SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA INNOVAZIONE, MIGLIORAMENTO, E PROMOZIONE DEI SERVIZI DEL SISTEMA CAMERALE
Codice 1
AREA STRATEGICA
SERVIZI AMMINISTRATIVI ALLE IMPRESE
Codice 1.3

Scheda di Programmazione Strategica

Area Strategica	SERVIZI AMMINISTRATIVI ALLE IMPRESE
<p>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</p>	<p>PUNTI DI FORZA: Elevata percentuale di pratiche telematiche evase entro i tempi previsti dalla legge; buon livello di sostituzione degli addetti nelle mansioni svolte; buon livello di standardizzazione dovuto all'implementazione del sistema di qualità;</p> <p>PUNTI DI DEBOLEZZA: tempi ridotti per approfondimento giuridico e tutoraggio verso le nuove leve; turnover del personale.</p> <p>OPPORTUNITA': a regime, riduzione sensibile della percentuale di pratiche errate grazie all'evoluzione informatica (Starweb); affermazione del ruolo anagrafico-certificativo e di erogatore di servizi del Registro Imprese e della sua preponderanza rispetto agli altri erogatori di servizi che operano sul mercato (agenzie per le imprese, etc);</p> <p>MINACCE: attribuzione di sempre maggiori competenze di legge (elenco soci srl; Suap, etc); interscambio informatico ancora limitato con le amministrazioni coinvolte nella comunicazione unica, nel SUAP e ai fini dell'allineamento INPS (artigianato, commercio).</p>
Obiettivo strategico (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	MIGLIORAMENTO DEI SERVIZI OFFERTI ALL'UTENZA, CON PARTICOLARE RIFERIMENTO ALL'ADERENZA DELLE RISULTANZE DEL REGISTRO IMPRESE ALLA REALTA' ECONOMICA TERRITORIALE
Codice	1.3.a
<p>Risultati attesi (sono esplicitati in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)</p>	<p>CANCELLAZIONE DEL 100% DELLE POSIZIONI DI SOCIETA' DI PERSONE, SOCIETA' DI CAPITALI E COOPERATIVE PER LE QUALI RICORRONO I REQUISITI DI LEGGE;</p> <p>CONDUZIONE A REGIME DELL'OPERATIVITA' DEL SUAP CAMERALE DELEGATO DAI COMUNI;</p> <p>AGGIORNAMENTO E PULIZIA DI ALMENO TRE RUOLI IN BASE ALLE RISULTANZE DELL'EFFETTIVA OPERATIVITA' DEGLI ISCRITTI E DELLA SUSSISTENZA DEI REQUISITI</p> <p>DIFFUSIONE DEI SERVIZI TELEMATICI SUL TERRITORIO = ...</p> <p>MANTENIMENTO DELLA % PRATICHE EVASE ENTRO 5 GG AL 90%</p>
KPI (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
1) KPI di monitoraggio e valutazione	NUMERO DI PRATICHE EVASE NEI 5 GIORNI / NUMERO TOTALE DI PRATICHE EVASE
2) KPI di monitoraggio e valutazione	NUMERO PRATICHE DI CANCELLAZIONE ISTRUITE / NUMERO DI POSIZIONI SEGNALATE DA INFOCAMERE
3) KPI di monitoraggio e valutazione	NUMERO PRATICHE DI CANCELLAZIONE ISTRUITE / NUMERO DI POSIZIONI SEGNALATE DA INFOCAMERE
4) KPI di monitoraggio e valutazione	NUMERO POSIZIONI CANCELLATE DAL R.I. / NUMERO DI POSIZIONI PUBBLICATE IN GAZZETTA UFFICIALE
5) KPI di monitoraggio e valutazione	NUMERO PRATICHE SUAP EVASE / NUMERO PRATICHE SUAP PERVENUTE
6) KPI di monitoraggio e valutazione	NUMERO POSIZIONI AGGIORNATE / NUMERO DI INFORMATIVE INVIATE
7) KPI di monitoraggio e valutazione	NUMERO CERTIFICATI RILASCIATI DALL'ENTE / NUMERO TOTALE DI CERTIFICATI RILASCIATI
6) KPI di monitoraggio e valutazione	NUMERO CONVENZIONI TELEMACO ATTIVE AL 31.12.2013 / NUMERO DI CONVENZIONI TELEMACO ATTIVE AL 31.12.2010
Area organizzativa coinvolte nella realizzazione	SEGRETARIO GENERALE = Registro imprese
Budget previsto (Costi esterni per il triennio)	Euro 16.457,00
Note	

Scheda di Programmazione Strategica

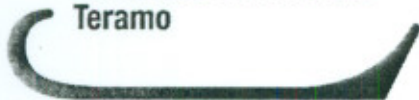
Area Strategica	Servizi amministrativi alle imprese
Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	Il soddisfacimento della richiesta di assistenza nelle procedure di registrazione e brevettazione. Punti di forza: strumentazione hardware e software sufficiente alla gestione delle esigenze; presenza di professionalità idonea. Punti di debolezza: una sola persona addetta all'ufficio a tempo pieno che ha anche l'onere di collaborare con l'ufficio protetti nel caso di assenza della professionalità in quell'ufficio addetta a tempo pieno.
Obiettivo strategico (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Migliorare i servizi di assistenza e informazione all'utenza delle attività necessarie alla registrazione ed alla brevettazione
Codice	1.3.B
Risultati attesi (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Customer Satisfaction Index del servizio >= buono
KPI (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	Nell' anno 2008 si sono avuti i seguenti depositi: Marchi n. 150; Marchi Internazionali ==; Invenzioni n. 13; Modelli di Utilità n. 14; Disegni e Modelli n. 6; Annotazioni n. 6; Trascrizioni n. 18; Riserve n. 1; Visure n. 22; Tasse n. 10. Nell'anno 2009: Marchi n. 106; Marchi Internazionali 2; Invenzioni n. 14; Modelli di Utilità n. 13; Disegni e Modelli n. 3; Annotazioni n. 5; Trascrizioni n. 7; Riserve ==; Visure n. 2; Tasse n. 6. Nell'anno 2010: Marchi n. 140; Marchi Internazionali ==; Invenzioni n. 8; Modelli di Utilità n. 9; Disegni e Modelli n. 5; Annotazioni n. 4; Trascrizioni n. 4; Riserve n. 1; Visure, n. 5; Tasse n. ==.
1) KPI di monitoraggio e valutazione	Customer Satisfaction Index del servizio
Area organizzative coinvolte nella realizzazione	Dirigente Area Promozione = Ufficio brevetti
Budget previsto (Costi esterni per il triennio)	0,00
Note	

Scheda di Programmazione Strategica

Area Strategica	Servizi Amministrativi alle imprese
Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	La riduzione dei tempi stabiliti dalle norme, il controllo delle istanze e della documentazione presentata per la cancellazione del protesto così come la predisposizione di note di comparsa e costituzione, in caso di ricorso, costituiscono obiettivi di tutela della fede pubblica. Punti di forza: strumentazione hardware e software sufficiente alla gestione dell'ufficio; presenza di professionalità idonea. Punti di debolezza: una sola persona addetta all'ufficio e necessità di utilizzare, in caso di assenza, persona titolare di altra attività.
Obiettivo strategico (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Riduzione dei tempi, rispetto a quelle previsti dalla normativa; verifica correttezza e rispetto delle norme che regolano la cancellazione del protesto dal Registro informatico dei protesti cambiari.
Codice	1.3.c
Risultati attesi (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Ulteriore riduzione dei tempi nel triennio 2011-2013 rispetto alle già buone prestazioni ottenute: - 5 giorni dalla ricezione degli elenchi da parte degli ufficiali levatori rispetto ai 10 giorni inserimento elenchi da quanto gli elenchi sono pervenuti dagli ufficiali levatori; - 7 giorni adozione del provvedimento ed 1 giorno inserimento dati nel registro informatico anziché 20 giorni per adozione del provvedimento più 5 giorni per l'esecuzione dell'operazione sul terminale; - decorsi i 10 giorni dalla segnalazione della concessa riabilitazione passano 1/2 giorni per effettuare la cancellazione anziché i 20 giorni per cancellazione in conseguenza di riabilitazione; - 3 giorni per cancellazioni in conseguenza di sentenze dell'autorità giudiziaria.
KPI (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
1) KPI di monitoraggio e valutazione	Tempo medio di inserimento elenchi
2) KPI di monitoraggio e valutazione	Tempo medio di adozione del provvedimento
3) KPI di monitoraggio e valutazione	Tempo medio di cancellazione
Aree organizzative coinvolte nella realizzazione	Dirigente Promozione = Ufficio Protesti
Budget previsto (Costi esterni per il triennio)	0,00
Note	



**Camera di Commercio
Teramo**



PRIORITA' STRATEGICA
SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA INNOVAZIONE, MIGLIORAMENTO, E PROMOZIONE DEI SERVIZI DEL SISTEMA CAMERALE
Codice 1
AREA STRATEGICA
RISORSE CAMERALI
Codice 1.4

Scheda di Programmazione Strategica

RISORSE CAMERALI	Area Strategica
------------------	-----------------

<p>Punti di forza: risorse finanziarie disponibili; attenta pianificazione acquisti ed investimenti; disponibilità di adeguati supporti informativi per la gestione delle procedure contabili;</p> <p>punti di debolezza: rilevazione avanzata di esercizio, basso indice di riscossione del tributo camerale, presenza tra i crediti da diritto annuale di numerose posizioni cancellate per insolenza del soggetto giuridico, difficoltà nel garantire i pagamenti entro 30 gg; indice di rigidità di bilancio</p> <p>minacce: finanziamento della spesa corrente di promozione mediante l'utilizzo di avanzati patrimonializzati; ricapitalizzazione di società partecipate il cui andamento gestionale risulta ormai compromesso</p> <p>opportunità: norme di contenimento dei costi di struttura; norme che impongono agli E Priorità strategiche dell'area (impiego delle risorse disponibili senza compromettere l'equilibrio economico patrimoniale)</p>	<p>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</p>
--	--

<p>Miglioramento dell'equilibrio economico - patrimoniale attraverso il migliore impiego della liquidità, l'incremento delle riscossioni del diritto annuale, la corretta pianificazione degli investimenti e l'ulteriore riduzione dei costi di struttura.</p>	<p>Obiettivo strategico (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)</p>
---	---

<p>1.4.a a) incremento delle risorse destinate alle attività promozionali del 30%; b) utilizzo del patrimonio netto disponibile; c) incremento delle riscossioni dei crediti da diritto annuale nel triennio 2011/2013 rispetto al triennio 2008/2010; d) Riduzione del credito da diritto annuale da iscrivere a ruolo per effetto delle operazioni di pulizia degli archivi; e) Riduzione degli oneri di funzionamento; f) riduzione dell'incidenza degli oneri di funzionamento rispetto al totale dei proventi correnti g) indice di tesoreria >= 1,5 h) margine di struttura primario >= 0,7 i) indice di liquidità media annua >= 3 mln l) Miglioramento della larghezza di banda per MB dopo la realizzazione dell'intervento</p>	<p>Risultati attesi (sono esplicitati in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)</p>
--	--

<p>KPI (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)</p>	<p>1) KPI di monitoraggio e valutazione oneri medi per interventi promozionali (2011/2013)/ oneri medi interventi promozionali (2008/2010)</p> <p>2) KPI di monitoraggio e valutazione somma dei disavanzo economici rilevati nel triennio 2011/2013 / patrimonio netto disponibile al 31.12.2013</p> <p>3) KPI di monitoraggio e valutazione Riscossione crediti da diritto annuale triennio (2011/2013)/riscossione crediti diritto annuale triennio (2008/2010)</p> <p>4) KPI di monitoraggio e valutazione a) Oneri di funzionamento annuali medi (2011/2013) rispetto al totale dei proventi correnti / Oneri di funzionamento (2008/2010) annuali medi sul totale dei proventi correnti</p> <p>5) KPI di monitoraggio e valutazione Indice di saturazione della banda = volume dati/larghezza banda</p> <p>6) KPI di monitoraggio e valutazione Variazione = traffico dati (anno t)/ traffico dati (anno t-1)</p>
--	---

<p>Dirigente Area Economico - Finanziaria Segretario Generale</p> <p>Arete organizzative coinvolte nella realizzazione</p>	<p>Budget previsto (Costi diretti esterni per il triennio) Totale budget previsto per il piano degli investimenti nel triennio 2011/2013 € 1.136.000</p>
--	--

<p>Note</p>	<p></p>
-------------	---------



**Camera di Commercio
Teramo**



PRIORITA' STRATEGICA
DIFFUSIONE DEI SERVIZI DI REGOLAZIONE DEL MERCATO E TUTELA DEL CONSUMATORE
Codice 2
AREA STRATEGICA
REGOLAZIONE DEL MERCATO E TUTELA DEL CONSUMATORE
Codice 2.1

Scheda di Programmazione Strategica

Area Strategica	Regolazione del mercato e tutela del consumatore
------------------------	--

Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	<p>Punti di forza: iscrizione al n. 67 del registro tenuto dal Ministero della Giustizia; Digitalizzazione delle procedure di conciliazione mediante utilizzo di programma informatico fornito da "Tinnova" o da Infocamere; convenzione con l'ordine dei notai per fornitura di professionalità competenti nella gestione delle mediazioni; professionalità presenti nell'ufficio dotate di buona esperienza di gestione operativa.</p> <p>Punti di debolezza: inadeguatezza della dotazione organica rispetto ai carichi di lavoro previsti con la riforma; minacce: esiguo numero delle professionalità accreditate come mediatori. Opportunità: inclusione delle Camere di Commercio tra destinatari della normativa della mediazione obbligatoria. Priorità strategica: Assicurare la gestione del procedimento di mediazione ai sensi della normativa vigente.</p>
---	---

Obiettivo strategico (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Favorire la diffusione dell'ADR (Alternative Dispute Resolution) e affermare un ruolo di primo piano per la Camera di Commercio
---	---

Codice	2.1.a
---------------	-------

Risultati attesi (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Incremento delle procedure di conciliazione di circa il 200% rispetto al triennio precedente. Circa 1000 conciliazioni attivate nel periodo 2011/2013 rispetto alle 321 attivate nel periodo 2008/2010) Equilibrio economico del servizio di conciliazione
--	---

KPI (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
--	--

1) KPI di monitoraggio e valutazione	Numero procedure di conciliazione (2008-2010) / Numero di conciliazioni (2011-2013)
--------------------------------------	---

2) KPI di monitoraggio e valutazione	Costo medio per conciliazione = Numero conciliazioni / totale costi
--------------------------------------	---

3) KPI di monitoraggio e valutazione	Costo conciliazioni / ricavo conciliazioni
--------------------------------------	--

Aree organizzative coinvolte nella realizzazione	Dirigente area Promozione = Ufficio Arbitrato e conciliazione
---	---

Budget previsto (Costi diretti esterni per il triennio)	Importo previsto nel conto relativo al funzionamento del servizio di conciliazione nel preventivo 2011 e nel documento di programmazione pluriennale per gli anni 2012/2013 (complessivi € 220.000,00)
---	---

Note	
-------------	--

Scheda di Programmazione Strategica

Area Strategica	Regolazione del mercato e tutela del consumatore
Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	L'art. 20 del D.Lgs. 112 del 31.3.1998 dispone: " Presso le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura è individuato un responsabile delle attività finalizzate alla tutela del consumatore e della fede pubblica, con particolare riferimento ai compiti in materia di controllo di conformità dei prodotti e strumenti di misura ... " è obiettivo dell'Ente Camerale per garantire la tutela del consumatore dal mancato rispetto delle norme sulla sicurezza dei prodotti e sulla legittimità degli strumenti per pesare e misurare. Punti di forza: professionalità idonee ad assicurare le attività di sorveglianza. Punti di debolezza: insufficienza delle forze lavoro a gestire l'intero territorio provinciale.
Obiettivo strategico (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Tutelare la fede pubblica mediante la sorveglianza degli strumenti per misurare e pesare nonché dei prodotti offerti in vendita al consumatore finale per verificare se essi riportano le indicazioni obbligatorie che gli consenta una scelta ed un acquisto consapevole dando piena attuazione al protocollo di intesa Unioncamere - MSE sottoscritto anche dalla CCIAA di Teramo
Codice	2.1.b
Risultati attesi (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Realizzazione nel 2011 delle attività di ispezione previste dal protocollo di intesa; Mantenimento dello stesso livello dell'attività di ispezione, verifica e controllo anche per il biennio successivo;
KPI (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
1) KPI di monitoraggio e valutazione	numero di ispezioni, verifiche e controlli realizzati / numero di ispezioni, verifiche e controlli previsti
2) KPI di monitoraggio e valutazione	costo medio per ispezione, verifica e controllo
3) KPI di monitoraggio e valutazione	costo del servizio / ricavi del servizio
Aree organizzative coinvolte nella realizzazione	Dirigente Area Promozione =Ufficio metrico
Budget previsto (Costi esterni per il triennio)	0,00
Note	



**Camera di Commercio
Teramo**

PRIORITA' STRATEGICA
INTERNAZIONALIZZAZIONE DELL'ECONOMIA
Codice 3

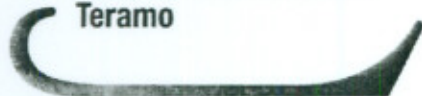
AREA STRATEGICA
INTERNAZIONALIZZAZIONE
Codice 3.1

Scheda di Programmazione Strategica

Area Strategica	INTERNAZIONALIZZAZIONE
Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	<p>Punti di forza: Organizzazione efficiente e significative esperienze maturate. Punti di debolezza: ridotta apertura internazionale delle pmi. Minacce: Ridotta competitività delle pmi locali sui mercati interni e internazionali. Opportunità: allargamento dei mercati di riferimento. Priorità strategica: L'obiettivo del programma è quello di consolidare la presenza delle pmi teramane sui mercati internazionali, attraverso un articolato piano di azioni finalizzato a far acquisire alle imprese le capacità per operare con autonomia ed efficacia sui mercati esteri. Le attività riguarderanno l'organizzazione di eventi fieristici e/o missioni imprenditoriali all'estero, l'accogliimento di operatori esteri, l'erogazione di contributi alle imprese che partecipano autonomamente a manifestazioni internazionali, l'informazione economica e normativa sui principali mercati, il supporto alle imprese verso le nuove forme di internazionalizzazione, gli interventi a favore dei consorzi export.</p>
Obiettivo strategico (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Favorire lo sviluppo della competitività delle imprese locali attraverso l'ampliamento dei mercati di riferimento per l'attività di internazionalizzazione, l'incremento del numero di imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione dell'Ente camerale.
Codice	3.1.a
Risultati attesi (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Incremento dello 20% del numero di imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione nel periodo 2011-2013 rispetto alle imprese coinvolte nel triennio 2008-2010 Incremento dei mercati di riferimento nel periodo 2011-2013 rispetto al periodo 2008-2010
KPI (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
1) KPI di monitoraggio e valutazione	Numero di imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione nel triennio 2011-2013 / numero di imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione 2008-2010
2) KPI di monitoraggio e valutazione	Numero di nuovi mercati di riferimento nel periodo 2011-2013 / totale dei mercati destinati a attività di internazionalizzazione della Camera nel periodo 2008-2010
Aree organizzative coinvolte nella realizzazione	Dirigente Area Promozione
Budget previsto (Costi esterni per il triennio)	totale stanziamento previsto al conto delle iniziative promozionali per il triennio 2011/2013 € 900.000,00
Note	



**Camera di Commercio
Teramo**



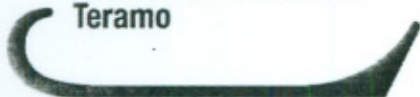
PRIORITA' STRATEGICA
SOSTEGNO ALLO SVILUPPO DEL SISTEMA IMPRENDITORIALE LOCALE
Codice 4
AREA STRATEGICA
MARKETING E COMPETITIVITA' TERRITORIALE
Codice 4.1

Scheda di Programmazione Strategica

Area Strategica	MERKETING TERRITORIALE
Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	<p>Punti di forza: Adeguatezza delle strutture e della competenza professionale del personale;</p> <p>Punti di debolezza: Scarse risorse destinate a tale scopo; Minacce Ridotta visibilità delle potenzialità del territorio dal punto di vista economico, turistico ed ambientale</p> <p>Opportunità: Alla base delle politiche di rilancio dell'economia provinciale deve restare l'idea che la forza dello sviluppo locale è rappresentata dalla centralità del territorio come risorsa essenziale per lo sviluppo, che diventa valore in sé, sempre più centrale nelle dinamiche produttive perché è riconosciuto come l'ambiente nel quale nascono e si affermano i fattori della competizione ma anche quale elemento di attrazione di economie e investitori esterni.</p> <p>Priorità strategica: È necessario lanciare un vero programma di marketing territoriale inteso come una serie coordinata di azioni rivolte ad agire sulla capacità attrattiva di un territorio nei confronti di target specifici, allo scopo di contribuire ad uno sviluppo equilibrato, cioè sostenibile e coerente con il quadro delle risorse e delle potenzialità che lo caratterizzano definendone i vantaggi competitivi.</p>
Obiettivo strategico (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Intensificare l'azione di marketing territoriale attraverso la valorizzazione delle tradizioni enogastronomiche e delle potenzialità turistiche
Codice	4.1.a
Risultati attesi (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	20% in più del numero di iniziative di marketing territoriale promosse dall'Ente nel triennio 2011-2013 rispetto al triennio 2008-2010 Incremento delle presenze di turisti nel triennio 2011-2013 rispetto al triennio 2008-2010
KPI (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
1) KPI di monitoraggio e valutazione	Numero iniziative finanziate nel periodo (2011/2013)/ numero iniziative finanziate nel periodo (2008/2010)
2) KPI di monitoraggio e valutazione	Numero di presenze turistiche presso le strutture di soggiorno nel periodo (2011/2013) / Numero di presenze turistiche presso le strutture di soggiorno nel periodo (2008/2010)
Area organizzative coinvolte nella realizzazione	Dirigente Area Promozione
Budget previsto (Costi esterni per il triennio)	stanziamento previsto per il triennio al conto delle iniziative promozionali pari ad € 460.108,00
Note	



**Camera di Commercio
Teramo**



PRIORITA' STRATEGICA
SOSTEGNO ALLO SVILUPPO DEL SISTEMA IMPRENDITORIALE LOCALE
Codice 4
AREA STRATEGICA
INNOVAZIONE E QUALITA'
Codice 4.2

Scheda di Programmazione Strategica

Area Strategica	INNOVAZIONE E QUALITA'
------------------------	------------------------

Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	<p>Punti di forza: Disponibilità di adeguate strutture e conoscenze da poter mettere a disposizione delle imprese per favorire lo sviluppo e l'innovazione dei processi delle imprese.</p> <p>Punti di debolezza: Poche risorse messe a disposizione per tale attività promozionale</p> <p>Minacce: Scarsa propensione delle imprese al cambiamento culturale e strategico nella gestione delle proprie imprese e nella gestione dei processi di innovazione e di trasferimento tecnologico nonché a costruire una rete di relazioni fra i soggetti coinvolti in tali processi a tutti i livelli.</p> <p>Opportunità: scenario economico in continua evoluzione, caratterizzato da una crescente complessità e da fattori competitivi che mutano rapidamente.</p> <p>Priorità strategica: Attivare iniziative dirette a sostenere il processo di innovazione del sistema e delle imprese con l'obiettivo di innalzare la produttività delle aziende, di ampliare la capacità di innovare e di proporsi su nuovi mercati, ed in generale</p>
---	---

Obiettivo strategico (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Favorire la competitività delle pmi mediante un supporto all'incremento della propensione all'innovazione e al miglioramento della qualità.
---	---

Codice	4.2.a
---------------	-------

Risultati attesi (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Incrementare nel triennio 2011-2013 del 10% il numero di imprese coinvolte nelle iniziative dell'Ente camerale rispetto al triennio 2008-2010. Incrementare nel triennio 2011-2013 del 10% il numero di imprese beneficiarie di contributi camerali rispetto al triennio 2008/2010
--	---

KPI (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
--	--

1) KPI di monitoraggio e valutazione	Numero imprese medio annuo triennio (2011/2013) beneficiarie dei contributi/ Numero imprese beneficiarie dei contributi nel periodo (2008/2010).
---	--

2) KPI di monitoraggio e valutazione	Numero imprese medio annuo triennio (2011/2013) partecipanti ad iniziative dell'Ente/ Numero imprese partecipanti ad iniziative dell'Ente (2008/2010)
---	---

Area organizzative coinvolte nella realizzazione	Dirigente Area Promozione
---	---------------------------

Budget previsto (Costi diretti esterni per il triennio)	stanziamento previsto per il triennio al conto delle iniziative promozionali pari ad € 400.000,00
---	---

Note	
-------------	--



**Camera di Commercio
Teramo**



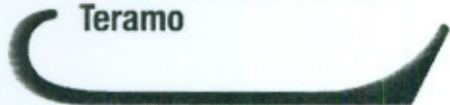
PRIORITA' STRATEGICA
SOSTEGNO ALLIO SVILUPPO DEL SISTEMA IMPRENDITORIALE LOCALE
Codice 4
AREA STRATEGICA
STUDI ECONOMICI
Codice 4.3

Scheda di Programmazione Strategica

Area Strategica	STUDI ECONOMICI
Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	<p>Punti di forza: Disponibilità di un adeguato patrimonio informativo costituito in primo luogo dal Registro delle Imprese, ma che include anche una serie di banche dati alimentate dagli altri uffici camerali.</p> <p>Punti di debolezza: inadeguatezza dei contenuti degli attuali documenti informativi forniti dalla CCIAA di Teramo.</p> <p>Opportunità: rapidi mutamenti dei contesti locali e globali.</p> <p>Minacce: scarsa conoscenza da parte delle imprese del proprio ambito di riferimento.</p> <p>Priorità strategica: creare valore aggiunto per il sistema economico, restituendo alle imprese le informazioni che esse stesse forniscono, rese intelligibili ed arricchite di significato attraverso una attenta attività di analisi e di approfondimenti.</p>
Obiettivo strategico (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Migliorare la conoscenza dell'economia locale mediante approfondimenti tematici settoriali e rendere più accessibili le informazioni statistiche economiche prodotte.
Codice	4.3.a
Risultati attesi (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Realizzazione nel triennio 2011-2013 di 2 analisi in più rispetto al triennio 2008 - 2010 sull'economia locale focalizzate su degli approfondimenti settoriali/tematici sui principali fattori di competitività (innovazione/internazionalizzazione/gestione finanziaria, ecc.) Intensificazione nel triennio 2011-2013 dell'accesso internet ai report di ricerche economiche rispetto al triennio 2008 - 2010.
KPI (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
1) KPI di monitoraggio e valutazione	numero ricerche e studi nel triennio 2011-2013 / numero ricerche e studi nel triennio 2008-2010
2) KPI di monitoraggio e valutazione	numero accessi internet alla sezione studi e ricerche economiche nel triennio 2011-2013 / numero accessi internet alla sezione studi e ricerche economiche nel triennio 2008-2010
Aree organizzative coinvolte nella realizzazione	Dirigente Area Promozione
Budget previsto (Costi diretti esterni per il triennio)	0,00
Note	



**Camera di Commercio
Teramo**



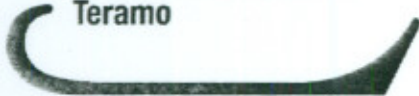
PRIORITA' STRATEGICA
SOSTEGNO ALLO SVILUPPO DEL SISTEMA IMPRENDITORIALE LOCALE
Codice 4
AREA STRATEGICA
SVILUPPO IMPRENDITORIALITA'
Codice 4.4

Scheda di Programmazione Strategica

Area Strategica	SVILUPPO IMPRENDITORIALITA'
Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	Punti di forza: Adeguatezza delle strutture e delle competenze professionali del personale; Punti di debolezza: scarse risorse disponibili; Minacce: numerose richieste di supporto; Opportunità: momento congiunturale negativo e difficoltà di avvio ed individuazione dei settori di attività da parte delle nuove imprese; Priorità strategica: Una tematica di fondamentale importanza per il futuro del sistema economico locale è il supporto e la promozione di nuove imprenditoria, con particolare riferimento all'imprenditoria femminile. E' necessario sostenere finanziariamente e supportare con adeguati servizi la nascita di nuove imprese indirizzando anche la scelta verso quelle attività/settori che presentano più elevate prospettive di sviluppo e di successo. Inoltre è necessario sostenere interventi relativi al passaggio generazionale ed alla cultura d'impresa.
Obiettivo strategico (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Favorire la nascita di nuove imprese. Sostenere il rafforzamento strutturale delle pmi, anche attraverso la costituzione di reti di imprese
Codice	4.4.a
Risultati attesi (sono esplicitato in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Incremento dello 3% del numero di imprese iscritte al Registro Imprese nel triennio 2011-2013 rispetto al triennio 2008-2010; Incremento del 5% delle imprese femminili nel triennio 2011-2013 rispetto al triennio 2008-2010; Numero di reti di imprese esistenti nel triennio 2011-2013 > Numero di reti di imprese esistenti nel triennio 2008-2010
KPI (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
1) KPI di monitoraggio e valutazione	Numero imprese iscritte al 31-12-2013 / numero imprese iscritte al 31-12-2010
2) KPI di monitoraggio e valutazione	Numero medio annuo nuove imprese femminili iscritte nel 2011-2013 / numero nuove imprese femminili iscritte nel triennio 2008-2010
3) KPI di monitoraggio e valutazione	Numero reti di imprese nel triennio 2011-2013 / Numero di reti di imprese esistenti nel triennio 2008-2010
Area organizzative coinvolte nella realizzazione	Dirigente Area Promozione
Budget previsto (Costi esterni per il triennio)	stanziamento previsto per il triennio al conto delle iniziative promozionali pari ad € 190.000,00
Note	



**Camera di Commercio
Teramo**



PRIORITA' STRATEGICA
SOSTEGNO ALLO SVILUPPO DEL SISTEMA IMPRENDITORIALE LOCALE
Codice 4
AREA STRATEGICA
ACCESSO AL CREDITO
Codice 4.5

Scheda di Programmazione Strategica

Area Strategica	ACCESSO AL CREDITO
Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico	Punti di forza: adeguata competenza professionale personale camerale per gestire il presente intervento; Punti di debolezza: ancora scarse risorse destinate a tale intervento; minacce: numerose imprese che hanno difficoltà ad accedere ai finanziamenti bancari; opportunità: momento congiunturale negativo; Priorità strategica: necessità di intervenire sia con risorse finalizzate a rafforzare l'operatività dei consorzi di garanzia fidi, che attraverso il sostegno diretto alle imprese. A riguardo sarebbe auspicabile una azione concertata tra gli enti e le istituzioni a livello locale ed il sistema bancario per individuare opportune strategie per garantire al sistema economico le giuste risorse finanziarie.
Obiettivo strategico (Definizione dell'obiettivo e delle azioni che si vogliono attuare per il suo conseguimento)	Sviluppare la competitività delle PMI favorendo l'accesso al credito. Incrementare le risorse finanziarie dell'Ente camerale a disposizione del sistema economico locale a sostegno del credito
Codice	4.5.a
Risultati attesi (sono esplicitati in termini di outcome e di output e individuano in maniera specifica e inequivocabile il livello di obiettivo da raggiungere)	Incrementare nel triennio 2011-2013 del 5% il numero di imprese beneficiarie delle garanzie per l'accesso al credito fornite dall'Ente rispetto al triennio 2008-2010. Incrementare nel triennio 2011-2013 i fondi destinati a favorire l'accesso al credito per le PMI rispetto ai fondi destinati nel triennio 2008-2010
KPI (Metriche definite sulla base dei risultati attesi necessarie per monitorare l'andamento dell'obiettivo)	
1) KPI di monitoraggio e valutazione	Risorse medie annue (2011/2013) destinate all'accesso al credito / Risorse destinate all'accesso al credito anno 2009
2) KPI di monitoraggio e valutazione	Numero imprese medio annuo triennio (2010/2013) beneficiarie dei contributi/ Numero imprese beneficiarie dei contributi anno 2009
Aree organizzative coinvolte nella realizzazione	Dirigente Area Promozione
Budget previsto (Costi esterni per il triennio)	stanziamento previsto per il triennio al conto delle iniziative promozionali pari ad € 1.200.000,00
Note	