

Allegato “F”

**PIANO DEGLI INDICATORI
E DEI RISULTATI ATTESI DI BILANCIO
PREVENTIVO 2021**

INDICE		
Premessa		
<u>PARTE PRIMA</u>		
Scenario istituzionale e socio economico (Art. 5 DPCM 18.9.2012)		
Vincoli finanziari e normativi (Art. 5 DPCM 18.9.2012)		
Interventi organizzativi in atto o previsti (Art. 5 DPCM 18.9.2012)		
Riconciliazione tra Piano della performance e Piano degli indicatori di risultato attesi		
<u>PARTE SECONDA</u>		
Descrizione attività		
	Missione: Servizi istituzionali e generali delle Amministrazioni pubbliche	
	Missione. Promozione e attuazione di politiche di sviluppo, competitività e innovazione, di responsabilità sociale d'impresa e movimento cooperativo	
	Missione: Commercio internazionale ed internazionalizzazione del sistema produttivo	
	Missione:Regolazione dei mercati	
	Schede tecniche	

Premessa

Il D.lgs n.91 del 31 maggio 2011 ha introdotto il Piano degli indicatori di risultato attesi che deve essere allegato al preventivo economico.

Il contenuto di tale documento è stato definito dal DPCM del 18 settembre 2012 che ha stabilito le linee guida generali per l'individuazione dei criteri e delle metodologie per la costruzione di un sistema di indicatori finalizzato alla misurazione dei risultati attesi dai programmi di bilancio.

In particolare, l'art. 3 del citato decreto prevede che:

1. Il piano illustra gli obiettivi perseguiti attraverso i programmi di spesa del bilancio delle amministrazioni pubbliche di cui all'art. 1, in termini di livello, copertura e qualità dei servizi erogati, nonché la finalità ultima che i programmi di spesa, unitamente ad altri fattori, anche esogeni, perseguono in relazione alla collettività, al sistema economico e al contesto di riferimento.

2. Per ogni programma di spesa, il piano fornisce:

- a) una descrizione sintetica dei rispettivi obiettivi che consente di comprendere anche le modalità con le quali ciascun obiettivo concorre al raggiungimento delle finalità del programma, quali sono le attività che l'amministrazione intende porre in essere per il conseguimento dell'obiettivo e di individuare i potenziali destinatari o beneficiari del servizio o dell'intervento;
- b) il triennio di riferimento o l'eventuale diverso arco temporale previsto per la sua realizzazione;
- c) un numero di indicatori che consenta di misurare ciascun obiettivo e monitorarne la realizzazione e che sia correlato alla complessità delle attività da programmare e monitorare.

3. Per ciascun indicatore, il piano fornisce:

- a) la tipologia di indicatore utilizzata, come illustrata nel successivo art. 5;
- b) una definizione tecnica dell'indicatore che consente di specificare ciò che esso misura e l'unità di misura di riferimento;
- c) la fonte dei dati dalla quale si ricavano le informazioni necessarie al calcolo dell'indicatore e che consente di verificarne la misurazione;
- d) il metodo o l'algoritmo di calcolo dell'indicatore;
- e) il «valore obiettivo», ossia il risultato atteso dell'indicatore con riferimento alla tempistica di realizzazione;
- f) il valore effettivamente osservato dall'indicatore nell'esercizio finanziario immediatamente precedente al triennio di programmazione, se disponibile.

Occorre inoltre ricordare che, in base a quanto previsto dall'art 5 del citato DPCM, il piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio, rappresenta un documento programmatico, a base triennale, redatto contestualmente al bilancio di previsione e allegato allo stesso. Esso illustra il contenuto di ciascun programma di spesa, espone informazioni sintetiche relative ai principali obiettivi da realizzare con riferimento agli stessi programmi del bilancio per il triennio della programmazione finanziaria e contiene gli indicatori individuati per quantificare tali obiettivi. Il piano contiene tutti gli elementi di cui ai punti a, b, c, d, e, f, h, i, j, di cui all'art. 4, oltre ad una illustrazione dello scenario istituzionale e socio -

economico entro il quale si prevede che opererà l'amministrazione nel periodo di riferimento, dei vincoli finanziari e normativi, degli interventi organizzativi in atto o previsti.

Gli elementi sopra evidenziati sono analiticamente rappresentati nei paragrafi che seguono. In particolare, nella prima parte del documento, sono evidenziati lo scenario istituzionale e socio economico, i vincoli finanziari e normativi, gli interventi organizzativi in atto o previsti, la riconciliazione tra il piano della performance e il piano degli indicatori di risultato attesi, una sintetica descrizione delle attività previste in relazione a ciascun programma. Nella seconda parte, sono riportate delle schede tecniche nelle quali, in relazione a ciascuna missione ed al relativo programma, sono stati definiti gli obiettivi ed i relativi indicatori secondo quanto richiesto dall'art. 4 del DPCM del 18 settembre 2012.

PARTE PRIMA

Scenario istituzionale e socio economico (Art.5 DPCM 18.9.2012)

L'istituzione del nuovo Ente camerale è avvenuta in un momento storico di particolare difficoltà per l'economia mondiale. Lo scenario economico di riferimento, entro il quale la Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia dovrà programmare le proprie strategie ed individuare le misure di intervento, è reso fortemente volubile dalla crisi pandemica in atto che non consente di formulare delle previsioni economiche con un elevato grado di attendibilità, quale conseguenza dei mutamenti repentini che riguardano sia l'evoluzione della situazione sanitaria globale, che le dinamiche economiche dei paesi, ed in alcuni casi, come per l'Italia, l'instabilità dello scenario politico.

Vincoli finanziari e normativi (Art.5 DPCM 18.9.2012)

Nella relazione al preventivo è stata sempre evidenziata la necessità di rispettare i numerosi vincoli di spesa imposti dalle normative succedutesi negli ultimi anni condizionando l'attività delle Camere di Commercio.

Tali disposizioni incidono:

- a) sulla programmazione del personale prevedendo blocchi alle assunzioni e alla possibilità di fare ricorso a contratti a tempo determinato.
- b) su tutte le spese relative all'acquisto di beni e servizi e sulle spese relative alla gestione del settore informatico.

Non bisogna dimenticare che, dal 2015, alle citate disposizioni, si sono aggiunte le riduzioni del tributo camerale introdotte dal D.L. n.90/2014 ed il processo di riforma delle Camere di Commercio che ha preso l'avvio definitivo con l'approvazione del D. Lgs n.219/2016 e del Piano di riorganizzazione del sistema approvato dal MiSE nel mese di agosto 2017.

Le circostanze rappresentate, continuano ad imporre l'attuazione di ulteriori misure organizzative tese a razionalizzare i consumi e l'organizzazione dell'Ente, al fine di assicurare il recupero delle risorse necessarie ad assicurare un adeguato livello di efficienza dei servizi camerali.

Interventi organizzativi in atto o previsti (Art.5 DPCM 18.9.2012)

Al fine di assicurare il corretto svolgimento delle attività istituzionali ed il conseguimento degli obiettivi programmati nel rispetto dei vincoli normativi sopra rappresentati, la Camera di Commercio del Gran Sasso sta avviando il processo di razionalizzazione della distribuzione delle risorse umane, finanziarie e tecnologiche tra i diversi uffici.

Riconciliazione tra il Piano della performance ed il Piano degli indicatori di risultato attesi

La Camera di Commercio del Gran Sasso D'Italia si è costituita il 9 dicembre 2020, nel mese di gennaio 2021, ha approvato la prima bozza del piano della performance che sarà aggiornata dopo la completa definizione dei documenti di programmazione e del Preventivo Economico.

L'art. 5 – comma 3 – del DPCM 18 settembre 2012 stabilisce che il sistema di obiettivi e indicatori adottati da ciascuna amministrazione ai sensi del decreto legislativo 27 ottobre 2009, n. 150 (modificato da ultimo dal D. Lgs n.74/2017), rappresentati nel «piano della performance» e nella «relazione sulla performance» di cui all'art. 10 del medesimo decreto, debbano essere coerenti e debbano raccordarsi con il piano e il rapporto sui risultati, tenuto conto del diverso ambito di applicazione di tali documenti.

L'Ente nel redigere ora, ai sensi dei D. Lgs. 91/2011 e D.M. 27/03/2013 e circolare Mise del 12/09/2013, il piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio, da allegare al preventivo, opera in coerenza e raccordo con i documenti sopra richiamati. In questa fase, pertanto, sono stati individuati gli obiettivi sui programmi di spesa, come definiti con D.P.C.M. 12/12/2012, che verranno poi ricondotti all'albero della performance già individuata col programma pluriennale e maggiormente dettagliati all'interno del Piano della performance.

Il Rapporto sui risultati verrà redatto in coerenza con la Relazione sulla performance, di cui al D. Lgs 150/2009. Il monitoraggio delle attività e dei servizi viene effettuato tramite un sistema di indicatori di efficacia, efficienza e qualità dei servizi, come indicato anche nel sistema di misurazione e valutazione della performance.

a) Il programma pluriennale 2021/2025

Il programma pluriennale 2021/2025, approvato dall'attuale Consiglio ha definito le priorità strategiche su cui gli Organi istituzionali della Camera di commercio del Gran Sasso hanno inteso focalizzare l'azione politica negli anni del proprio mandato.

b) La relazione previsionale e programmatica 2021

La relazione previsionale e programmatica, derivando direttamente dal documento di programmazione pluriennale approvato dal Consiglio camerale, di cui coniuga la visione di medio - lungo termine con una visione di breve termine (l'esercizio annuale che si sta pianificando), ha fatto proprio il quadro di riferimento da cui originavano quei contenuti, selezionandone e dettagliandone in particolare gli elementi di più immediata realizzazione/influenza, posta la radicale riduzione della più significativa voce di ricavo. L'analisi del contesto esterno ha avuto lo scopo di garantire la coerenza delle strategie ai bisogni e alle attese dei portatori di interesse. L'analisi del contesto interno effettuata ha consentito di valutare la coerenza tra le strategie definite, gli obiettivi ed i programmi operativi alle risorse disponibili: organizzative, umane, strumentali ed economiche. A queste analisi di contesto ha fatto riferimento il preventivo economico.

c) Il piano della performance 2021/2023

Con il Piano della *performance*, strumento programmatico triennale aggiornato annualmente, sono esplicitati, in coerenza con le risorse assegnate, gli obiettivi, gli indicatori e i target, su cui si baserà poi la misurazione, la valutazione e la rendicontazione della *performance*. La Relazione Previsionale e Programmatica (art. 4 del DPR 254/05) ne costituisce la prima articolazione strategica, in quanto definisce l'albero della *performance*, il preventivo economico ne definisce le risorse per la realizzazione degli obiettivi.

Per assicurare tale raccordo occorre precisare che il Piano degli indicatori di risultato attesi presuppone l'adozione di una struttura di bilancio per missioni e programmi, prevista dall'art. 11 del decreto legislativo 31 maggio 2011, n. 91 individuate per le Camere di Commercio dal MiSE nella nota del 12 settembre 2013, mentre l'albero della performance è articolato in ambiti strategici ed obiettivi per cui si rende opportuno procedere alla riconciliazione tra i due documenti

Le missioni e i programmi delle camere di Commercio individuate dal MISE nella nota del 12 settembre 2013 non coincidono con l'albero della performance della Camera, per l'anno 2021, la riconciliazione tra i due documenti è avvenuta associando le Missioni Istituzionali con gli Obiettivi strategici, ed in particolare, per ciascun obiettivo strategico è fornita una sintetica descrizione e sono esplicitate le informazioni richieste per gli indicatori utilizzati per misurarne il conseguimento.

Sulla base di tale assunto la riconciliazione tra il piano della performance ed il piano degli indicatori può essere rappresentata dal prospetto che segue:

Piano della performance		Piano degli indicatori attesi
Ambito Strategico	Obiettivo strategico	Missioni
Rafforzare lo stato di salute del sistema	Assicurare l'efficacia e l'efficienza dell'attività dell'Ente	<i>Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche</i>
Le imprese al centro: rafforzamento strutturale, innovazione, internazionalizzazione	Favorire l'innovazione e la digitalizzazione attraverso la promozione di servizi digitali innovativi alle imprese	<i>Competitività e sviluppo delle imprese</i>
	Rafforzamento strutturale: favorire l'accesso al credito delle pmi, la costituzione di reti di impresa, il passaggio generazionale	
	Sostegno all'Internazionalizzazione	<i>Commercio internazionale ed internazionalizzazione del sistema produttivo</i>
Semplicità ed innovazione: la PA al servizio dell'economia	Sviluppare la cultura della legalità nell'Ente	<i>Competitività e sviluppo delle imprese</i>
	Rafforzare la semplificazione dei procedimenti amministrativi	<i>Regolazione dei mercati</i>
	Promozione degli strumenti di giustizia alternativa e dei servizi di regolazione del Mercato. Implementazione dell'OCRI	
Ambiente, cultura, gastronomia, borghi: un territorio attrattivo	Promuovere il sistema turistico, valorizzare il patrimonio culturale e sviluppare l'attrattiva del territorio	<i>Competitività e sviluppo delle imprese</i>
	Valorizzazione e promozione delle produzioni tipiche locali	
Le imprese di domani: giovani e donne	Agevolare l'orientamento e l'accompagnamento al lavoro e alle professioni: favorire i percorsi di alternanza scuola – lavoro ed i rapporti con le Università ed i centri di eccellenza	<i>Competitività e sviluppo delle imprese</i>
	Favorire la nascita di nuove imprese giovanili ed il consolidamento delle imprese femminili.	

PARTE SECONDA

Descrizione attività

Missione: Servizi istituzionali e generali delle Amministrazioni pubbliche

Programma Servizi e affari generali per le Amministrazioni di competenza

Le priorità strategiche dell'area sono rappresentate dall'esigenza di assicurare dell'operatività dell'Ente dando piena attuazione al piano per la trasparenza l'integrità e la prevenzione della corruzione, nonché al ciclo della performance.

Missione: Competitività e sviluppo delle imprese

Programma Promozione e attuazione di politiche di sviluppo, competitività e innovazione, di responsabilità sociale d'impresa e movimento cooperativo:

Nel quadro della quarta rivoluzione industriale, che vede la manifattura in profonda trasformazione grazie all'applicazione delle nuove tecnologie ICT ai processi produttivi e organizzativi, con effetti epocali sul modo stesso di fare impresa e di operare sui mercati, è stato necessario prevedere un insieme di politiche finalizzate a guidare e supportare gli operatori economici di fronte alla sfida del nuovo contesto competitivo.

Il Piano nazionale Impresa 4.0 ha indicato chiaramente le traiettorie lungo le quali deve svilupparsi questo intenso programma d'azione a sostegno dell'innovazione - che interessa tutti i settori economici e tutte le imprese, anche di più piccola dimensione e artigiane - e ha attribuito al sistema camerale il ruolo determinante di attuttore di parte di esso, in collaborazione con altri soggetti, nonché di promotore della cultura digitale presso il mondo imprenditoriale.

I due enti camerali hanno sviluppato negli anni scorsi progetti finanziati con risorse rese disponibili con l'incremento del 20% del diritto annuale, al fine di indirizzare e sostenere le imprese locali verso la trasformazione digitale. Il PID (Punto Impresa Digitale), affidato alle camere di commercio italiane, è uno strumento fondamentale di questo percorso di assistenza e accompagnamento delle imprese verso la digitalizzazione. Il supporto alle imprese avverrà anche tramite voucher finalizzati a soddisfare la domanda di consulenza e di formazione specialistica delle stesse oppure, a un livello più avanzato, a favorire l'introduzione di processi di trasformazione digitale e dunque a sostenere gli investimenti tecnologici.

Date le criticità specifiche del sistema imprenditoriale locale, che sinteticamente possono riassumersi nella ridotta dimensione aziendale, nella bassa capitalizzazione e nella mancanza di liquidità e nelle difficoltà legate al passaggio generazionale, sono state individuate delle azioni finalizzate a mitigare tali criticità e perseguire il rafforzamento strutturale delle pmi.

Relativamente al primo tema, quella della dimensione aziendale, vista l'elevata specializzazione che caratterizza qualsiasi fasi aziendale (produzione, logistica, canali di approvvigionamento e di vendita, marketing, comunicazione, promozione digitale, ecc) è necessario favorire le alleanze, con accordi formali o informali, tra le imprese tali da generare valore aggiunto per ciascuna organizzazione aziendale dalla complementarietà delle attività da ciascuna svolta.

Nel mezzo della crisi pandemica il tema della mancanza di liquidità aziendale e della difficoltà di accedere al credito assume per le imprese la massima urgenza.

Il sostegno al credito è tradizionalmente una delle politiche su cui gli enti camerali hanno profuso attenzione e risorse nel tempo.

Certamente il tema dell'accesso al credito rimane una priorità per le imprese locali, soprattutto per le micro e piccole unità caratterizzate da una scarsa capitalizzazione; inoltre, la stretta creditizia degli ultimi anni ne ha fortemente limitato la capacità di investimento e di crescita.

Partendo da questo assunto generale e tenendo conto delle peculiarità produttive e delle caratteristiche dimensionali delle imprese l'intervento della Camera nel medio periodo si svilupperà lungo le seguenti direttrici:

- facilitare l'accesso al credito e alle forme di finanziamento per le MPMI;
- aiutare le stesse nella ricerca di altri canali di finanziamento
- fornire servizi di orientamento e formazione.

Una questione aperta e di grande attualità, è quella del passaggio generazionale, soprattutto per le aziende familiari, poco abituate alla gestione manageriale esterna, e per le piccole realtà dei segmenti più tradizionali, spesso condizionate dallo scarso interesse delle nuove generazioni a subentrare nell'attività. La successione imprenditoriale va pianificata per creare le condizioni ideali perché il passaggio della titolarità non pregiudichi la competitività dell'impresa o ne comprometta la stessa sopravvivenza.

Su questi temi l'ente camerale potrà promuovere la continuità d'impresa, tramite attività di sensibilizzazione, formazione e consulenza, e avviare percorsi per facilitare il processo di trasferimento dell'impresa a terzi in mancanza di eredi.

La solidità del tessuto imprenditoriale non può prescindere dalla creazione di un contesto socioeconomico sano in cui le imprese possano operare, ove i principi di legalità e giustizia siano le colonne portanti su cui si erge l'intero sistema.

Per assicurare il corretto funzionamento del mercato nonché per salvaguardare la libertà di impresa e di consumo, diviene essenziale garantire un presidio istituzionale costante sui territori, nella convinzione che il progresso di una società e lo sviluppo economico siano strettamente connessi con la difesa della legalità, della trasparenza e della sicurezza.

La Camera, inoltre, intende promuovere la più ampia diffusione della "cultura della legalità" fra imprese e cittadini attraverso l'organizzazione di eventi e incontri a tema, rivolti agli imprenditori e alle loro associazioni.

L'ambiziosa sfida che si intende lanciare è quella di costruire un'unica identità territoriale integrata ben definita, riconoscibile, che possa rappresentare nell'immaginario del turista, del potenziale investitore, del viaggiatore straniero, un riferimento importante, immediato, un valore di qualità e di benessere forte e percepito.

E' necessario sviluppare una progettualità che individui contemporaneamente ed in maniera interconnessa e sinergica, gli interventi da realizzare su ciascuna delle criticità e delle potenzialità sopra individuate.

Gli investimenti realizzati secondo tale logica, attraverso un sistema moltiplicatore delle risorse utilizzate, avranno una produzione esponenziale, e non marginale, di positive ricadute reddituali sulle imprese operanti nei settori economici interessati e sulle comunità locali, garantendo la crescita dell'attrattività del territorio e stimolando nuovi percorsi di valorizzazione di peculiarità e asset strategici di valore.

La storica presenza di eccellenze dell'artigianato artistico ed una varietà ineguagliabile di prodotti tipici di qualità agricoli, alimentari, della pesca, del sottobosco che costituiscono materie prime essenziali per la rinomata gastronomia di eccellenza, costituisce da sempre un attrattore fondamentale del turismo di prossimità. Le eccellenze della terra sono testimoniate dalle svariate denominazioni di origine protetta che sono state riconosciute ai prodotti di qualità locali.

E' necessario perseguire un percorso di valorizzazione e promozione di tali prodotti in ambito nazionale ed internazionale.

Il ruolo della Camera sui temi dell'orientamento alle professioni, dell'Alternanza Scuola-Lavoro e dell'incontro domanda-offerta di formazione e lavoro, si è progressivamente ampliato e rafforzato negli ultimi anni, anche per effetto dei provvedimenti normativi che hanno riconosciuto al sistema camerale specifiche competenze e funzioni nel quadro del più ampio riordino del sistema scolastico. La crisi pandemica ha nella sostanza costretto l'ente e gli istituti scolastici a sospendere le attività nell'anno 2020.

L'attività di orientamento al lavoro e alle professioni rappresenta una parte importante dell'azione del sistema camerale che esercita, in coerenza con la propria *mission*, un ruolo di collegamento tra scuola e mondo del lavoro.

Nei prossimi anni bisognerà rafforzare la collaborazione con le Università e gli Istituti formativi di eccellenza presenti sui territori, per rafforzare il raccordo tra sistema di alta formazione e le imprese.

Da sempre l'azione della Camera di Commercio a sostegno del sistema imprenditoriale è rivolta in modo particolare alle nuove imprese ed all'imprenditoria femminile. Non solo nell'offrire supporto in fase di startup, ma operando anche nel fornire servizi di orientamento e formazione per giovani aspiranti imprenditori. L'ente camerale deve continuare a scommettere sui giovani, non solo nell'offrire supporto in fase di *start-up*, ma anche nel fornire loro servizi di orientamento e formazione all'autoimprenditorialità.

Missione Commercio internazionale ed internazionalizzazione del sistema produttivo

Programma *Sostegno all'internazionalizzazione delle imprese e promozione del made in Italy:*

Come è noto sul tema dell'internazionalizzazione, la legge di riforma ha indicato in maniera netta i confini degli interventi che l'Ente camerale potrà realizzare, con limitazioni sulle attività all'estero e un chiaro invito alla collaborazione con le altre istituzioni che già operano in questo ambito (in primis l'ICE).

In continuità con il passato saranno portate avanti le tradizionali attività di informazione specializzata, di orientamento, di assistenza e di formazione, pur con l'introduzione di innovazioni dirette a razionalizzare e uniformare l'offerta dei servizi, a rendere più fluido il rapporto con l'utenza ed a sviluppare una comunicazione più efficace.

Grazie alle possibilità offerte dall'incremento del 20% del diritto annuale si darà continuità alle nuove forme di intervento a favore delle imprese, già sperimentate nel corso del 2020, per quanto concerne il supporto dell'export digitale, ovvero interventi diretti a promuovere un approccio ai mercati esteri basato sulle nuove tecnologie e sul web.

Tali azioni si sostanziano nell'offerta alle imprese di pacchetti di servizi (consulenza/formazione/voucher) idonei a sostenere gli investimenti in strumenti di marketing digitale, a favorire l'utilizzo dei social media per l'interscambio estero e ad agevolare l'ingresso nei principali marketplace internazionali.

Il tema dell'orientamento e dell'assistenza specialistica alle imprese sui temi dell'internazionalizzazione rimarrà prioritario nella politica camerale. Favorire l'avvicinamento delle imprese ai mercati esteri e rafforzarne la presenza è l'obiettivo del progetto pluriennale Sostegno all'export delle PMI, promosso dall'Unioncamere nazionale e vede coinvolto l'ente camerale ormai da alcuni anni, con il finanziamento del Fondo di Perequazione di Unioncamere. L'iniziativa prevede una serie di attività per individuare, formare e avviare all'export nuove imprese potenzialmente o occasionalmente esportatrici.

Missione Regolazione dei mercati

Programma *Vigilanza sui mercati e sui prodotti, promozione della concorrenza e tutela dei consumatori:*

Il tema della semplificazione amministrativa – oggetto nell’ultimo decennio di numerosi interventi legislativi intesi a far penetrare più capillarmente un concetto che invece dovrebbe essere connaturato al rapporto fra Pubbliche Amministrazioni e utenti – è stato uno dei capisaldi su cui si è mosso l’intero sistema camerale.

In questi anni le Camere hanno cambiato radicalmente il suo modo di interagire con le imprese, trasformando l’offerta di servizi in modalità sempre più tecnologica e favorendo l’espletamento di un numero crescente di adempimenti attraverso modalità “da remoto”.

Tale circostanza ha condotto, insieme a un notevole snellimento delle operazioni a carico dell’utente, a una conseguente riduzione dei tempi di lavorazione delle pratiche. La Riforma del 2016 ha enfatizzato quest’aspetto, ponendo le Camere quali Amministrazioni di “raccordo” tra le imprese e le altre Autorità eventualmente coinvolte nei procedimenti di loro interesse, proprio alla luce del percorso già avviato con il Registro delle Imprese telematico e con la gestione dei SUAP tramite la piattaforma “impresainungiorno.gov”.

Le controversie – che coinvolgono imprese, consumatori, privati e la stessa Pubblica Amministrazione – costituiscono un ostacolo allo sviluppo e al buon funzionamento di un’economia sana, pertanto la possibilità di risolvere le liti con tempi e modi alternativi rispetto al tribunale ordinario risulta determinante. La mediazione rappresenta per l’ente camerale il fulcro di questa attività e sarà dedicata particolare attenzione al ruolo che gli strumenti di giustizia alternativa potranno svolgere in materia di consumo ed in ambito ambientale, non solo per gestire controversie già conclamate, ma anche per offrire agli operatori del mercato e alle istituzioni la possibilità di prevenire le situazioni conflittuali, anche promuovendo azioni di tipo partecipativo e contribuendo a facilitare una gestione delle relazioni realmente sostenibile.

Il nuovo Codice della crisi d’impresa, D.lgs. n. 14 del 12 gennaio 2019, istituisce e disciplina, presso le Camere di Commercio, l’Organismo di composizione della crisi d’impresa (OCRI), la cui attivazione è stata rinviata al 1° settembre 2021 a causa dell’emergenza sanitaria ancora in essere.

Il Legislatore ha, in tal modo, affidato alle Camere di Commercio un nuovo e importante ruolo: prevenire, gestire e comporre al meglio le situazioni di difficoltà e crisi che possono investire le imprese. Tale ruolo rappresenta un’evoluzione dei compiti di regolazione del mercato insiti nella natura e nelle origini stesse delle Camere di Commercio. La finalità essenziale della norma è salvaguardare quelle imprese in condizione di difficoltà che siano comunque in grado di portare avanti la propria attività: in tal modo il Legislatore mira a evitare l’esito finale del fallimento.

**SCHEDE TECNICHE
PIANO DEGLI
INDICATORI**

MISSIONE – 5 - 12 – Servizi istituzionali e generali delle Amministrazioni pubbliche

PROGRAMMA - 003 - Servizi e affari generali per le Amministrazioni di competenza

RISORSE PROGRAMMA € 0,00

Obiettivo strategico 1.1 - Assicurare l'efficacia e l'efficienza dell'attività dell'Ente

Kpi	Cosa Misura	Algoritmo	Target			Tipologia	Unità di misura	Fonte	Ultimo valore osservato
			2021	2022	2023				
Rilievi formulati dall'OIV sulle pubblicazioni	La capacità dell'Ente di procedere alle elaborazioni previste	Conseguimento del risultato previsto <=0	<=0	<=0	<=0	Efficacia	numero	Verbali OIV	N.D.
Fenomeni corruttivi rilevati nell'anno	La capacità dell'Ente di procedere alle elaborazioni previste	Conseguimento del risultato previsto <=0	<=0	<=0	<=0	Efficacia	numero	Verbali OIV	0

MISSIONE - 011 - Competitività e sviluppo imprese**PROGRAMMA - 005 - Promozione e attuazione di politiche di sviluppo, competitività e innovazione, di responsabilità sociale d'impresa e movimento cooperativo****RISORSE PROGRAMMA € 877.374,36****Obiettivo strategico 1.1 - Favorire l'innovazione e la digitalizzazione attraverso la promozione di servizi digitali innovativi alle imprese****Descrizione**

Il Piano nazionale Impresa 4.0 ha indicato chiaramente le traiettorie lungo le quali deve svilupparsi questo intenso programma d'azione a sostegno dell'innovazione - che interessa tutti i settori economici e tutte le imprese, anche di più piccola dimensione e artigiane - e ha attribuito al sistema camerale il ruolo determinante di attuttore di parte di esso, in collaborazione con altri soggetti, nonché di promotore della cultura digitale presso il mondo imprenditoriale.

Le Camere di Commercio dell'Aquila e di Teramo hanno sviluppato negli anni scorsi progetti finanziati con risorse rese disponibili con l'incremento del 20% del diritto annuale, al fine di indirizzare e sostenere le imprese locali verso la trasformazione digitale. Il PID (Punto Impresa Digitale), affidato alle camere di commercio italiane, è uno strumento fondamentale di questo percorso di assistenza e accompagnamento delle imprese verso la digitalizzazione. Il supporto alle imprese avverrà anche tramite voucher finalizzati a soddisfare la domanda di consulenza e di formazione specialistica delle stesse oppure, a un livello più avanzato, a favorire l'introduzione di processi di trasformazione digitale e dunque a sostenere gli investimenti tecnologici.

Kpi	Cosa Misura	Algoritmo	Target			Tipologia	Unità di misura	Fonte	Ultimo valore osservato
			2021	2022	2023				
Numero di attività/servizi realizzati	Numero di attività o servizi realizzati dal PID nel campo della digitalizzazione	Conseguimento del risultato previsto Numero attività/servizi	>=5	>=15	>=15	Efficacia	numero	Provvedimenti adottati dall'Ufficio	N.D.

Obiettivo strategico 1.2 - Rafforzamento strutturale: favorire l'accesso al credito delle pmi, la costituzione di reti di impresa, il passaggio generazionale

Descrizione	Una questione aperta e di grande attualità, è quella del passaggio generazionale, soprattutto per le aziende familiari, poco abituate alla gestione manageriale esterna, e per le piccole realtà dei segmenti più tradizionali, spesso condizionate dallo scarso interesse delle nuove generazioni a subentrare nell'attività. La successione imprenditoriale va pianificata per creare le condizioni ideali perché il passaggio della titolarità non pregiudichi la competitività dell'impresa o ne comprometta la stessa sopravvivenza. Su questi temi l'ente camerale potrà promuovere la continuità d'impresa, tramite attività di sensibilizzazione, formazione e consulenza, e avviare percorsi per facilitare il processo di trasferimento dell'impresa a terzi in mancanza di eredi.								
Kpi	Cosa Misura	Algoritmo	Target			Tipologia	Unità di misura	Fonte	Ultimo valore osservato
			2021	2022	2023				
Numero di iniziative realizzate	Numero di iniziative realizzate	Numero di iniziative	>=4	>=5	>=5	Efficacia	numero	Provvedimenti adottati	n.d

Obiettivo strategico 3.1 - Sviluppare la cultura della legalità

Descrizione	La solidità del tessuto imprenditoriale non può prescindere dalla creazione di un contesto socioeconomico sano in cui le imprese possano operare, ove i principi di legalità e giustizia siano le colonne portanti su cui si erge l'intero sistema. Per assicurare il corretto funzionamento del mercato nonché per salvaguardare la libertà di impresa e di consumo, diviene essenziale garantire un presidio istituzionale costante sui territori, nella convinzione che il progresso di una società e lo sviluppo economico siano strettamente connessi con la difesa della legalità, della trasparenza e della sicurezza. La Camera, inoltre, intende promuovere la più ampia diffusione della "cultura della legalità" fra imprese e cittadini attraverso l'organizzazione di eventi e incontri a tema, rivolti agli imprenditori e alle loro associazioni.								
Kpi	Cosa Misura	Algoritmo	Target			Tipologia	Unità di misura	Fonte	Ultimo valore osservato
			2021	2022	2023				
Incontri realizzati	Incontri realizzati	Numero di incontri	>=2	>=2	>=2	Efficacia	numero	Provvedimenti adottati	n.d

Obiettivo strategico 4.1 - Promuovere il sistema turistico, valorizzare il patrimonio culturale e sviluppare l'attrattiva del territorio

Descrizione									
<p>L'ambiziosa sfida che si intende lanciare è quella di costruire un'unica identità territoriale integrata ben definita, riconoscibile, che possa rappresentare nell'immaginario del turista, del potenziale investitore, del viaggiatore straniero, un riferimento importante, immediato, un valore di qualità e di benessere forte e percepito.</p> <p>E' necessario sviluppare una progettualità che individui contemporaneamente ed in maniera interconnessa e sinergica, gli interventi da realizzare su ciascuna delle criticità e delle potenzialità sopra individuate.</p> <p>Gli investimenti realizzati secondo tale logica, attraverso un sistema moltiplicatore delle risorse utilizzate, avranno una produzione esponenziale, e non marginale, di positive ricadute reddituali sulle imprese operanti nei settori economici interessati e sulle comunità locali, garantendo la crescita dell'attrattività del territorio e stimolando nuovi percorsi di valorizzazione di peculiarità e asset strategici di valore..</p>									
K pi	Cosa Misura	Algoritmo	Target			Tipologia	Unità di misura	Fonte	Ultimo valore osservato
			2021	2022	2023				
Numero di iniziative realizzate per sviluppare l'attrattività turistica del territorio	Numero di iniziative realizzate per sviluppare l'attrattività turistica del territori	Numero di iniziative	>=5	>=10	>=10	Efficacia	numero	Provvedimenti adottati	n.d.

Obiettivo strategico 4.2 - Valorizzazione e promozione delle produzioni tipiche locali.

Descrizione									
<p>La storica presenza di eccellenze dell'artigianato artistico ed una varietà ineguagliabile di prodotti tipici di qualità agricoli, alimentari, della pesca, del sottobosco che costituiscono materie prime essenziali per la rinomata gastronomia di eccellenza, costituisce da sempre un attrattore fondamentale del turismo di prossimità. Le eccellenze della terra sono testimoniate dalle svariate denominazioni di origine protetta che sono state riconosciute ai prodotti di qualità locali.</p> <p>E' necessario perseguire un percorso di valorizzazione e promozione di tali prodotti in ambito nazionale ed internazionale..</p>									
K pi	Cosa Misura	Algoritmo	Target			Tipologia	Unità di misura	Fonte	Ultimo valore osservato
			2021	2022	2023				
Numero di iniziative realizzate per la valorizzazione	Numero di iniziative realizzate per la valorizzazione	Numero di iniziative	>=5	>=10	>=10	Efficacia	numero	Provvedimenti adottati	n.d.

delle produzioni tipiche locali	delle produzioni tipiche locali								
---------------------------------	---------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

Obiettivo strategico 5.1 - Agevolare l'orientamento e l'accompagnamento al lavoro e alle professioni: favorire i percorsi di alternanza scuola – lavoro ed i rapporti con le Università ed i centri di eccellenza

Descrizione
 Il ruolo della Camera sui temi dell'orientamento alle professioni, dell'Alternanza Scuola-Lavoro e dell'incontro domanda-offerta di formazione e lavoro, si è progressivamente ampliato e rafforzato negli ultimi anni, anche per effetto dei provvedimenti normativi che hanno riconosciuto al sistema camerale specifiche competenze e funzioni nel quadro del più ampio riordino del sistema scolastico. La crisi pandemica ha nella sostanza costretto l'ente e gli istituti scolastici a sospendere le attività nell'anno 2020.
 L'attività di orientamento al lavoro e alle professioni rappresenta una parte importante dell'azione del sistema camerale che esercita, in coerenza con la propria *mission*, un ruolo di collegamento tra scuola e mondo del lavoro.
 Nei prossimi anni bisognerà rafforzare la collaborazione con le Università e gli Istituti formativi di eccellenza presenti sui territori, per rafforzare il raccordo tra sistema di alta formazione e le imprese.

Kpi	Cosa Misura	Algoritmo	Target			Tipologia	Unità di misura	Fonte	Ultimo valore osservato
			2021	2022	2023				
Percorsi attivati	Percorsi attivati	Numero di percorsi attivati	>=3	>=6	>=6	Efficacia	numero	Provvedimenti adottati	n.d.

Obiettivo strategico 5.2 - Favorire la nascita di nuove imprese giovanili ed il consolidamento delle imprese femminili.

Descrizione
 Da sempre l'azione della Camera di Commercio a sostegno del sistema imprenditoriale è rivolta in modo particolare alle nuove imprese ed all'imprenditoria femminile. Non solo nell'offrire supporto in fase di startup, ma operando anche nel fornire servizi di orientamento e formazione per giovani aspiranti imprenditori. L'ente camerale deve continuare a scommettere sui giovani, non solo nell'offrire supporto in fase di *start-up*, ma anche nel fornire loro servizi di orientamento e formazione all'autoimprenditorialità

Kpi	Cosa Misura	Algoritmo	Target			Tipologia	Unità di misura	Fonte	Ultimo valore osservato
			2021	2022	2023				
Numero di iniziative realizzate per favorire la nascita di nuove imprese giovanili e	Numero di iniziative realizzate per favorire la nascita di	Numero di iniziative	>=2	>=4	>=4	Efficacia	numero	Provvedimenti adottati	n.d.

femminili e	nuove imprese giovanili e femminili								
-------------	-------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

MISSIONE 4 – Commercio internazionale ed internazionalizzazione del sistema produttivo
PROGRAMMA - 005 – Sostegno all'internazionalizzazione delle imprese e promozione del made in Italy

RISORSE PROGRAMMA € 80.000,00

Obiettivo strategico 2.4 – Internazionalizzazione

Descrizione

Come è noto sul tema dell'internazionalizzazione, la legge di riforma ha indicato in maniera netta i confini degli interventi che l'Ente camerale potrà realizzare, con limitazioni sulle attività all'estero e un chiaro invito alla collaborazione con le altre istituzioni che già operano in questo ambito (in primis l'ICE).

In continuità con il passato saranno portate avanti le tradizionali attività di informazione specializzata, di orientamento, di assistenza e di formazione, pur con l'introduzione di innovazioni dirette a razionalizzare e uniformare l'offerta dei servizi, a rendere più fluido il rapporto con l'utenza ed a sviluppare una comunicazione più efficace.

Grazie alle possibilità offerte dall'incremento del 20% del diritto annuale si darà continuità alle nuove forme di intervento a favore delle imprese, già sperimentate nel corso del 2020, per quanto concerne il supporto dell'export digitale, ovvero interventi diretti a promuovere un approccio ai mercati esteri basato sulle nuove tecnologie e sul web.

Tali azioni si sostanziano nell'offerta alle imprese di pacchetti di servizi (consulenza/formazione/voucher) idonei a sostenere gli investimenti in strumenti di marketing digitale, a favorire l'utilizzo dei social media per l'interscambio estero e ad agevolare l'ingresso nei principali marketplace internazionali.

Il tema dell'orientamento e dell'assistenza specialistica alle imprese sui temi dell'internazionalizzazione rimarrà prioritario nella politica camerale.

Favorire l'avvicinamento delle imprese ai mercati esteri e rafforzarne la presenza è l'obiettivo del progetto pluriennale Sostegno all'export delle PMI, promosso dall'Unioncamere nazionale e vede coinvolto l'ente camerale ormai da alcuni anni, con il finanziamento del Fondo di Perequazione di Unioncamere. L'iniziativa prevede una serie di attività per individuare, formare e avviare all'export nuove imprese potenzialmente o occasionalmente esportatrici.

Kpi	Cosa Misura	Algoritmo	Target			Tipologia	Unità di misura	Fonte	Ultimo valore osservato
			2021	2022	2023				
CSI	Grado di soddisfazione e dell'utenza	CSI	>=8	>=8	>=8	Efficacia	numero	Rilevazione indagine	n.d.

MISSIONE - 012 - Regolazione dei mercati**PROGRAMMA - 004 - Vigilanza sui mercati e sui prodotti, promozione della concorrenza e tutela dei consumatori****RISORSE PROGRAMMA € 212.425,64****Obiettivo strategico 3.2- Rafforzare la semplificazione dei procedimenti amministrativi**

Descrizione

Il tema della semplificazione amministrativa – oggetto nell’ultimo decennio di numerosi interventi legislativi intesi a far penetrare più capillarmente un concetto che invece dovrebbe essere connaturato al rapporto fra Pubbliche Amministrazioni e utenti – è stato uno dei capisaldi su cui si è mosso l’intero sistema camerale.

In questi anni le Camere hanno cambiato radicalmente il suo modo di interagire con le imprese, trasformando l’offerta di servizi in modalità sempre più tecnologica e favorendo l’espletamento di un numero crescente di adempimenti attraverso modalità “da remoto”.

Tale circostanza ha condotto, insieme a un notevole snellimento delle operazioni a carico dell’utente, a una conseguente riduzione dei tempi di lavorazione delle pratiche. La Riforma del 2016 ha enfatizzato quest’aspetto, ponendo le Camere quali Amministrazioni di “raccordo” tra le imprese e le altre Autorità eventualmente coinvolte nei procedimenti di loro interesse, proprio alla luce del percorso già avviato con il Registro delle Imprese telematico e con la gestione dei SUAP tramite la piattaforma “impresainungiorno.gov”.

K pi	Cosa Misura	Algoritmo	Target			Tipologia	Unità di misura	Fonte	Ultimo valore osservato
			2021	2022	2023				
Iniziative dirette alla diffusione delle nuove procedure camerali	Iniziative dirette alla diffusione delle nuove procedure camerali	Numero di iniziative	>=2	>=2	>=2	Output	numero	Provvedimenti adottati	n.d.

Obiettivo strategico 3.3 - Promozione degli strumenti di giustizia alternativa e dei servizi di regolazione del Mercato. Implementazione dell'OCRI

<p>Descrizione</p>	<p>Le controversie – che coinvolgano imprese, consumatori, privati e la stessa Pubblica Amministrazione – costituiscono un ostacolo allo sviluppo e al buon funzionamento di un'economia sana, pertanto la possibilità di risolvere le liti con tempi e modi alternativi rispetto al tribunale ordinario risulta determinante. La mediazione rappresenta per l'ente camerale il fulcro di questa attività e sarà dedicata particolare attenzione al ruolo che gli strumenti di giustizia alternativa potranno svolgere in materia di consumo ed in ambito ambientale, non solo per gestire controversie già conclamate, ma anche per offrire agli operatori del mercato e alle istituzioni la possibilità di prevenire le situazioni conflittuali, anche promuovendo azioni di tipo partecipativo e contribuendo a facilitare una gestione delle relazioni realmente sostenibile.</p> <p>Il nuovo Codice della crisi d'impresa, D.lgs. n. 14 del 12 gennaio 2019, istituisce e disciplina, presso le Camere di Commercio, l'Organismo di composizione della crisi d'impresa (OCRI), la cui attivazione è stata rinviata al 1° settembre 2021 a causa dell'emergenza sanitaria ancora in essere.</p> <p>Il Legislatore ha, in tal modo, affidato alle Camere di Commercio un nuovo e importante ruolo: prevenire, gestire e comporre al meglio le situazioni di difficoltà e crisi che possono investire le imprese. Tale ruolo rappresenta un'evoluzione dei compiti di regolazione del mercato insiti nella natura e nelle origini stesse delle Camere di Commercio. La finalità essenziale della norma è salvaguardare quelle imprese in condizione di difficoltà che siano comunque in grado di portare avanti la propria attività: in tal modo il Legislatore mira a evitare l'esito finale del fallimento.</p>								
<p>Numero di mediazioni avviate</p>	<p>Numero di mediazioni avviate o</p>	<p>Numero di mediazioni</p>	<p>>=140</p>	<p>>=140</p>	<p>>=140</p>	<p>Output</p>	<p>Percentuale</p>	<p>Archivi ufficio mediazione</p>	<p>n.d.</p>
<p>Istituzione ed implementazione dell'Organismo di Composizione delle crisi di imprese</p>	<p>Istituzione ed implementazione e dell'Organismo di Composizione delle crisi di imprese</p>	<p>Rispetto della scadenza prevista dalla norma</p>	<p>SI</p>	<p>SI</p>	<p>SI</p>	<p>SI/NO</p>	<p>SI/NO</p>	<p>Provvedimenti adottati</p>	<p>n.d.</p>