

CCIAA DELL'UMBRIA

Il Piano della performance 2021-2023

Aggiornato dalla Giunta camerale il 30/11/2021

SOMMARIO

Premessa.....	2
1. PRESENTAZIONE DELLA CCIAA	3
1.1 - Mission e principali attività	3
1.2 - Organizzazione e personale.....	4
1.3 - Bilancio. Le risorse economiche	8
2. ANALISI DEL CONTESTO ESTERNO	9
3. PIANIFICAZIONE	13
3.0 - Albero della performance.....	13
3.1 - Pianificazione triennale. Gli obiettivi strategici.....	18
3.2 - Programmazione annuale. Gli obiettivi operativi.....	28
3.3 – Programmazione e misurazione del valore pubblico creato- sperimentazione.....	29
3.4 – Analisi di genere.....	32
4. DALLA PERFORMANCE ORGANIZZATIVA ALLA PERFORMANCE INDIVIDUALE.....	33
ALLEGATO 1 – SCHEDE DI DETTAGLIO OBIETTIVI OPERATIVI	35
ALLEGATO 2 – PIANO TRIENNALE DELLE AZIONI POSITIVE	49



Premessa

Il Piano della Performance, in attuazione del decreto legislativo del 27 ottobre 2009, n. 150 e successive modifiche, si inserisce nel più ampio «Ciclo di gestione della Performance», il cui scopo è consentire alle Amministrazioni pubbliche di programmare, misurare e valutare le performance con riferimento all'amministrazione nel suo complesso, alle unità organizzative o aree di responsabilità in cui si articola e ai singoli dipendenti. Il fine ultimo è quello di rendere partecipe la comunità di riferimento degli obiettivi dell'Ente, garantendo chiarezza e intelligibilità verso i suoi interlocutori: le imprese, le associazioni, le istituzioni, i consumatori, i lavoratori dipendenti, i singoli cittadini e tutti i portatori di interesse rilevanti, nella consapevolezza della necessità di esplicitare e condividere con questi ultimi tutta l'azione camerale.

Si pone, inoltre, quale strumento volto a indirizzare e gestire, nell'arco del prossimo triennio, il miglioramento dei risultati perseguiti dall'Ente e dalla struttura, alla luce delle attese degli stakeholder e in funzione di trasparenza e rendicontabilità nel perseguimento della propria missione istituzionale.

Il Piano della Performance 2021-2023 riprende gli obiettivi strategici definiti con il Programma Pluriennale 2021-2025 e li declina in obiettivi operativi, indicatori e target, in linea con i documenti di programmazione e gestione annuali già adottati, in particolare la Relazione Previsionale e Programmatica 2021 e il Piano degli Indicatori e dei Risultati Attesi di Bilancio (PIRA) allegato al Preventivo 2021.

La particolarità di questa annualità del Piano sta nel fatto che, a seguito della fusione intervenuta alla fine del mese di gennaio 2021 tra la Camera di Commercio di Perugia e quella di Terni, non si dispone di un trend storico relativo ai valori degli indicatori utilizzati per programmare e misurare il raggiungimento degli obiettivi, se non quello registrato negli anni singolarmente dalle due Camere accorpate.

Per questo motivo la baseline (dato relativo all'anno 2020) in questa annualità del Piano non viene inserita, pur avendo avuto come base di riferimento, per l'individuazione dei valori attesi, i dati registrati nel 2020 dalle due Camere accorpate.

Il 2021 costituisce, pertanto, una sorta di anno zero per la Camera di Commercio dell'Umbria, in cui sia la programmazione sia la successiva fase di attuazione delle strategie delineate dai nuovi organi scontano ritardi causati dai necessari assestamenti dovuti al nuovo contesto di riferimento interno ed esterno, più ampio e articolato.

Anche l'attuale assetto provvisorio nell'organizzazione della Camera nata dalla fusione tra i due enti camerali contribuisce a connotare il 2021 come un anno di transizione, in cui la struttura organizzativa interna dovrà necessariamente essere adeguata sia al nuovo ambito territoriale di riferimento, sia alle esigenze di ripresa delle attività economiche in un contesto esterno duramente provato dalla pandemia.

L'aggiornamento del Piano della Performance è reso necessario da una duplice esigenza:

- a seguito del monitoraggio effettuato dall'OIV sullo stato di attuazione degli obiettivi, è emersa la necessità di apportare modifiche ad alcuni target;
- la nomina del Segretario Generale della CCIAA dell'Umbria, a decorrere dal 3 novembre, rende necessario aggiornare gli obiettivi assegnati alla dirigenza e individuare quelli da assegnare al Segretario Generale.

1. PRESENTAZIONE DELLA CCIAA

1.1 - Mission e principali attività

La CCIAA di Commercio dell'Umbria, in virtù della legge 580/1993 e successive modifiche, è un ente pubblico dotato di autonomia funzionale che svolge, nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza, **funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, promuovendone lo sviluppo equo e sostenibile.**

Il ruolo propulsivo dello sviluppo locale viene esercitato attraverso le funzioni relative:

- alla pubblicità legale connesse alla tenuta del Registro Imprese, del Repertorio economico amministrativo, di albi e ruoli nei quali vengono registrati e certificati i principali eventi che caratterizzano la vita di ogni impresa, anche tramite la gestione del fascicolo informatico di impresa;
- al sostegno della competitività delle imprese e del territorio attraverso attività d'informazione economica, di assistenza tecnica per la creazione di imprese e start up e per la preparazione ai mercati internazionali, di valorizzazione del patrimonio culturale nonché di sviluppo e promozione del turismo, di orientamento al lavoro e alle professioni, di promozione della digitalizzazione e di miglioramento delle condizioni ambientali;
- alla tutela del consumatore e della fede pubblica, attraverso la vigilanza e il controllo sulla sicurezza e conformità dei prodotti sulle attività esercitate dai soggetti autorizzati alla verifica degli strumenti soggetti alla disciplina della metrologia legale, la rilevazione dei prezzi e delle tariffe, il rilascio dei certificati di origine delle merci e dei documenti per l'esportazione, la risoluzione alternativa delle controversie.

La riforma introdotta dal D.Lgs. 219/2016 ha modificato la Legge 580/1993 e, all'art. 2, ha modificato e precisato le competenze delle CCIAA. A seguito del citato decreto, le funzioni svolte dagli enti camerati sono sintetizzate nello schema seguente.



1.2 - Organizzazione e personale

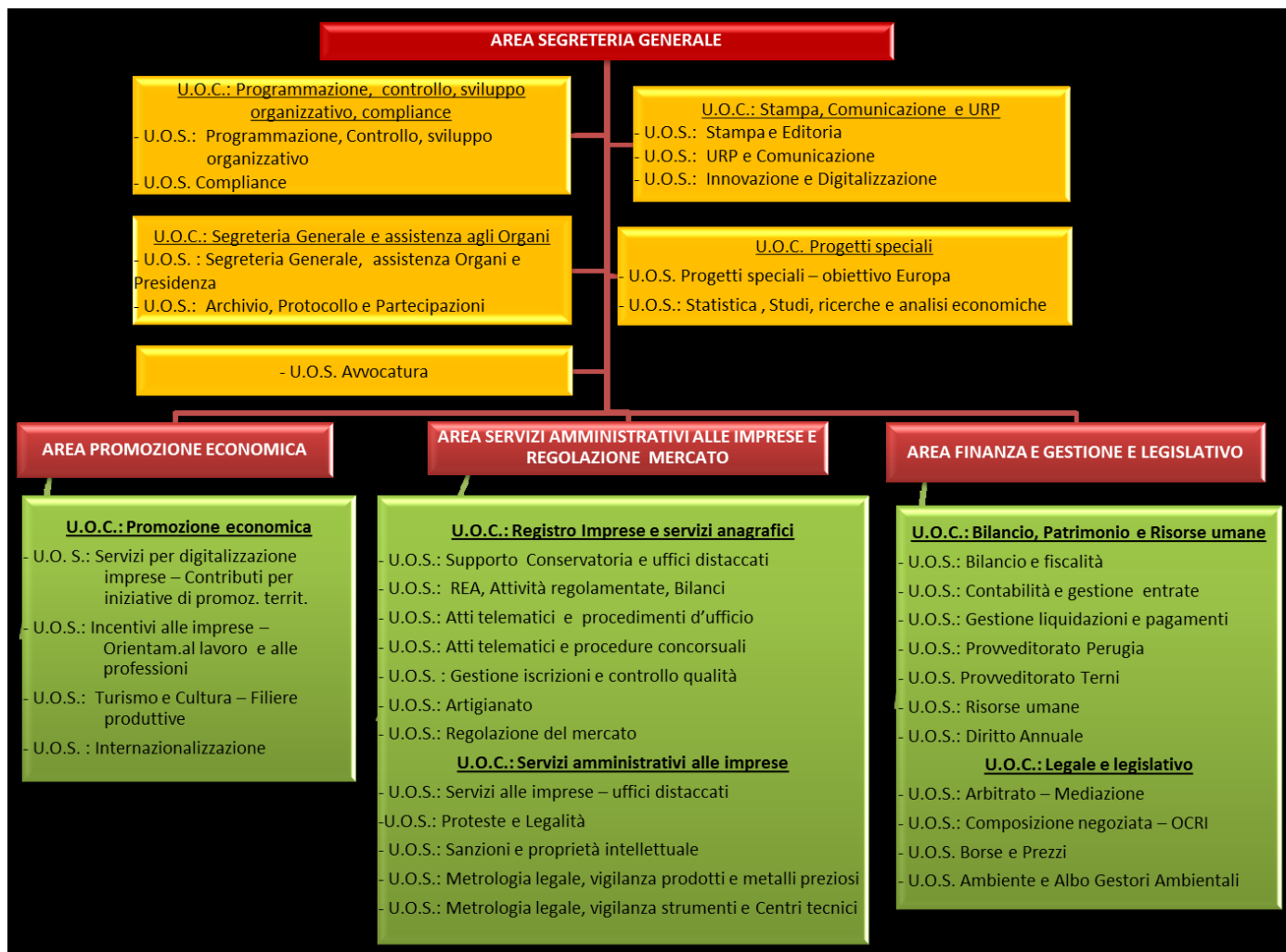
GLI ORGANI

Ai sensi della L. 580/1993, sono organi della CCIAA dell'Umbria:

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

L'ente si avvale, inoltre, dell'Organismo indipendente di valutazione della performance (OIV), che coadiuva la Giunta nell'attività di valutazione e controllo strategico nell'ambito del Ciclo della performance, supportando l'amministrazione sul piano metodologico e verificando la correttezza dei processi di misurazione, monitoraggio, valutazione e rendicontazione della performance organizzativa e individuale.

LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA



In base alle prime disposizioni sull'organizzazione della Camera di Commercio dell'Umbria emanate dal Segretario Generale e fino al definitivo assetto organizzativo dell'Ente, l'ente camerale umbro è articolato in quattro aree dirigenziali:

- Area Segreteria Generale
- Area Servizi Amministrativi alle Imprese e Regolazione del Mercato
- Area Promozione Economica
- Area Finanza, Gestione e Legislativo

Le Aree sono a loro volta suddivise unità organizzative complesse e unità organizzative semplici. Al vertice della struttura vi è il Segretario Generale.

RISORSE UMANE

La CCIAA dell'Umbria conta attualmente 77 dipendenti. Di questi, 52 sono in servizio presso la sede di Perugia e 25 a Terni:

- 3 di categoria dirigenziale;
- 36 di categoria D;
- 34 di categoria C;
- 2 di categoria B;
- 2 di categoria A.

Tutti i dipendenti sono a tempo indeterminato. I dipendenti part time sono 3.

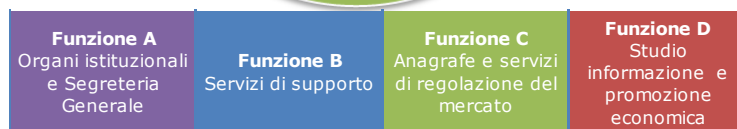
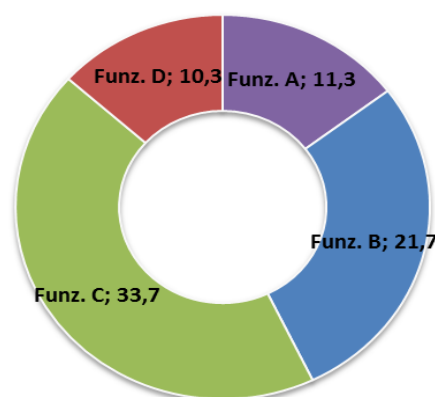
L'età media del personale è di 54 anni.

Nei grafici successivi si riporta sinteticamente la distribuzione del personale per aree dirigenziali e per funzioni istituzionali.

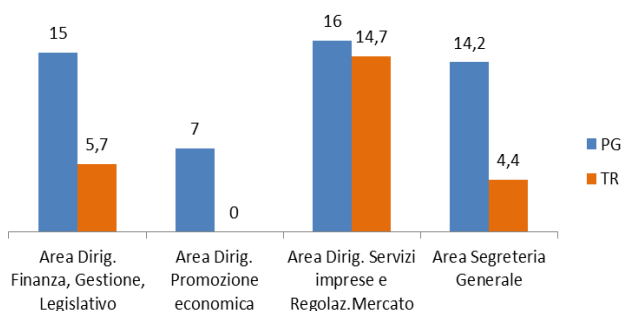
**Dipendenti CCIAA dell'Umbria
Distribuzione per Area Dirigenziale**



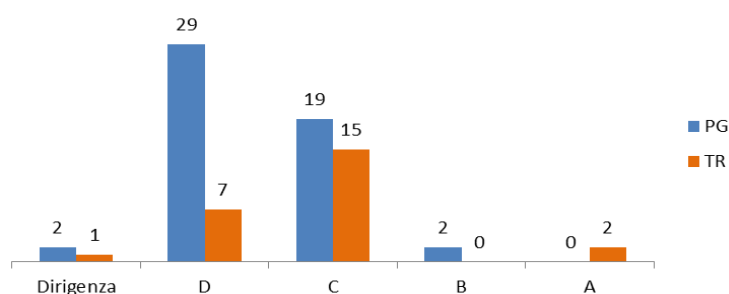
**Dipendenti CCIAA dell'Umbria
Distribuzione per Funzione Istituzionale**



**Personale camerale CCIAA Umbria
per Area dirigenziale e sede**



**Personale camerale CCIAA Umbria
per Categoria e sede**



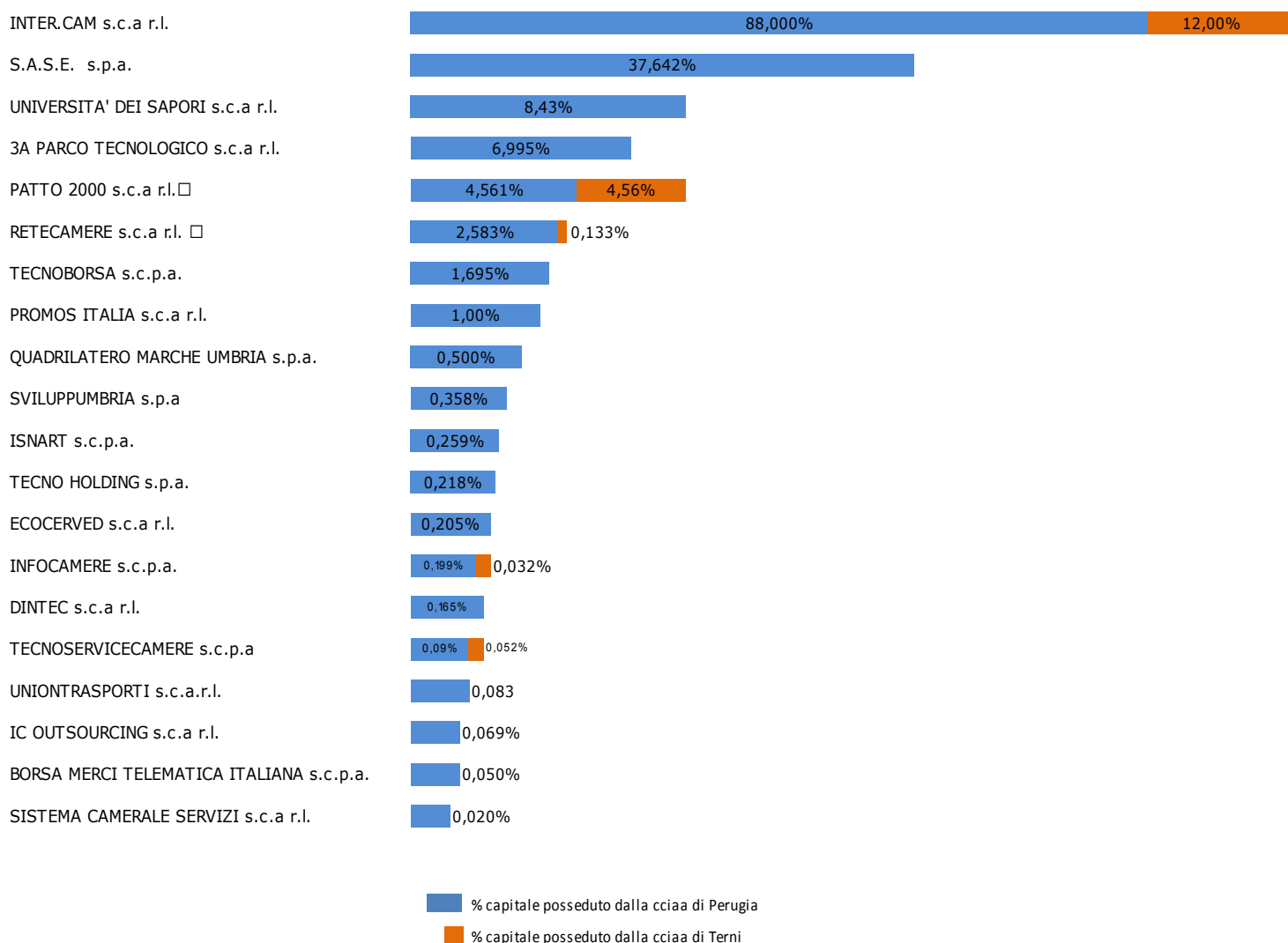
ARTICOLAZIONE TERRITORIALE

A livello territoriale, la CCIAA dell'Umbria ha sede legale a Perugia e sede secondaria a Terni, oltre ad uffici distaccati a Foligno, Città di Castello e Orvieto (attualmente chiuso).

	Città	Indirizzo
Sede legale	Perugia	Viale Cacciatori delle Alpi
Sede secondaria	Terni	Largo Don Minzoni
Ufficio distaccato 1	Città di Castello	Via Vittorini, Località Cerbara, presso Centro Polifunzionale, Città di Castello
Ufficio distaccato 2	Foligno	Piazza San Francesco (locali ex Tribunale) 06034 Foligno
Ufficio distaccato 3 (chiuso)	Orvieto	Via Salvatori

PARTECIPATE

In conformità alle disposizioni di cui al decreto legislativo del 19 agosto 2016, n. 175 "Testo unico in materia di società a partecipazione pubblica", la Camera dell'Umbria detiene partecipazioni dirette in n. 20 società. Di queste n. 14 fanno parte del sistema camerale, n. 2 sono afferenti al settore delle infrastrutture e n. 4 operano in altri vari settori. La società INTER.CAM. società consortile a r.l. è l'unica società controllata dall'Ente.



AZIENDA SPECIALE

La CCIAA dell'Umbria opera anche attraverso un'Azienda speciale al fine sostenere l'economia locale.

L'Azienda Speciale Promocamera promuove e gestisce alcuni progetti di promozione economica e di sostegno all'imprenditorialità, per la valorizzazione delle produzioni tipiche, per l'informazione e l'orientamento alla creazione d'impresa, per la promozione della partecipazione giovanile e femminile al mondo dell'impresa e per la gestione delle strutture congressuali ed espositive della Camera di Commercio (Centro Congressi, Centro Servizi Galeazzo Alessi, centro borsistico e altre strutture).

Collabora inoltre con gli uffici camerali nella realizzazione di alcuni progetti.

La tabella che segue sintetizza le principali attività realizzate nell'ambito del raggiungimento degli obiettivi fissati dalla Giunta camerale e il stato di attuazione al 30 settembre.

AMBITO STRATEGICO	OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI	CONTRIBUTO CCIAA 2021	INDICATORI DI PERFORMANCE	RISULTATO ATTESO anno 2021	STATO ATTUAZIONE 30.09.2021	ANNO 2020	
1 - SVILUPPO DELLE IMPRESE E DEL TERRITORIO	TURISMO E PROMOZIONE DEL TERRITORIO	Valorizzazione del territorio e delle filiere produttive	Valorizzazione dello spazio espositivo del Centro Servizi G.Alessi	€ 4.540,61	N° giornate di apertura	5	34	5	
					N° eventi organizzati	5	3	5	
			Gestione sito Tipicamente Umbria	€ 12.105,02	accessi al sito	24.064	24.879	24.064	
					notizie inserite	105	40	105	
			Gestione sito Ercole Olivario e social	€ 2.091,64	accessi/interazioni	114.582	63.158 (senza accessi sito)	114.582	
					FB notizie inserite	304	202	304	
			Gestione sito premio Cerevisia e social		accessi/interazioni	2.827	4.112	2827	
			Concorso Ercole olivario e azioni di promozione olii vincitori	€ 133.207,83	n° oli partecipanti	186	255	186	
			Premio regionale olio	€ 23.159,76	n° oli partecipanti	32	39	32	
			Premio Cerevisia	€ 32.503,60	n° birre partecipanti	0	100	0	
			Altri prodotti settore enogastronomico (vino, carne, formaggio, tartufo,...)	€ 75.046,57	n° aziende partecipanti	34	131	34	
			Filiere produttive ed artigianali (moda, lusso, sport; edilizia, arredo, design, artigianato artistico)	€ 353,97	n° attività	1	2	1	
			Prelievi campioni per etichette DOC DOCG e preparazione commissione	€ 20.673,45	n. prelievi	298	300	298	
	Servizio di Supporto alle iniziative di carattere istituzionale	€ 14.517,71	n° iniziative	11	2 unità per 6 mesi)	11			
	FORMAZIONE, LAVORO E IMPRENDITORIALITÀ A'	Supporto alla nuova imprenditorialità	Gestione segreteria organizzativa ed operativa comitato imprenditoria femminile e comitato giovani imprenditori	€ 23.138,52	n° riunioni Comitati	6	2	riunioni 6 azioni 13 (di cui 9 seminari con 1.800 aziende)	
					n° azioni realizzate	13	5		
			Sportello SelfiEmployment (nuovo)	€ 18.715,72	n. utenti	613	1		0
			Sportello Microcredito (nuovo)		n. utenti	613	4		16
			Servizio Nuove Imprese		n. utenti	613	8		33
			Sportello Imprese già attive		n. utenti	613	3		3
Sportello Terzo Settore/ Responsabilità Sociale			n. utenti		1	1	1		
Sportello primo orientamento su etichettatura e packing			n. utenti		19	2	19		
Sportello informativo su certificazioni (moda, edilizia sostenibile)	n. utenti	1	1		1				
3 - STATO DI SALUTE DELL'ENTE	MIGLIORAMENTO GESTIONE RISORSE ECONOMICHE FINANZIARIE PATRIMONIALI	Valorizzazione patrimonio immobiliare	Gestione Centro Congressi		€ 29.945,60	Numero eventi/convegni	4	10	4
			Gestione Sale: Sala Rossa, Sala Polivalente	Numero riunioni		27	14	27	
			Gestione Borsa Merci	Numero riunioni		10	14	10	

1.3 - Bilancio. Le risorse economiche

Di seguito si riportano i principali dati previsionali per l'anno 2021, che, a seguito dell'intervenuta fusione tra le due Camere umbre a fine gennaio, costituisce il primo preventivo della Camera di Commercio dell'Umbria. Il preventivo riporta ricavi e costi al netto di quelli che saranno contabilizzati nei bilanci d'esercizio delle Camere estinte relativamente al periodo 01.01.2021 – 28.01.2021.

PREVENTIVO 2021 - assestato		
Diritto annuale		9.438.323,00
Diritti di segreteria		3.226.750,00
Contributi e trasferimenti		802.950,00
Proventi da gestione di servizi		125.120,00
Variazioni rimanenze		11.644,00
Proventi correnti		13.604.787,00
Personale		3.357.811,00
Costi di funzionamento	Quote associative	575.976,00
	Organi istituzionali	91.308,00
	Altri costi di funzionamento	3.369.835,00
Interventi economici		4.304.207,00
Ammortamenti e accantonamenti		3.652.195,00
Oneri correnti		15.351.332,00
Risultato Gestione corrente		- 1.746.545,00
Risultato Gestione finanziaria		47.729,00
Risultato Gestione straordinaria		158.288,00
Rettifiche Attivo patrimoniale		0,00
Risultato economico della gestione		-1.540.528,00

Il preventivo 2021 per il periodo 29.01.2021 – 31.12.2021 registra un disavanzo di circa 1,54 milioni di euro a cui va aggiunto un risultato della gestione dal 01.01.2021 al 28.01.2021 in perdita per circa 0,35 milioni di euro per un totale riferito all'intero esercizio di circa 1,89 milioni di euro.

Dal punto di vista patrimoniale, il prospetto di sintesi individua il patrimonio netto disponibile al 31.12.2019 desunto dai bilanci d'esercizio delle camere estinte. Esso evidenzia come il disavanzo 2021 pari a circa 2 milioni di euro risulta pienamente coperto dagli avanzi patrimonializzati degli esercizi precedenti.

Patrimonio netto disponibile al 31/12/2019	7.626.732,39
- Investimenti previsti dal Piano 2020	- 248.000,00
Avanzo patrimonializzato utilizzabile ai fini del pareggio di bilancio 2020	7.378.732,39
- Utilizzo avanzo esercizio 2020 (da preventivo aggiornato)	- 3.627.154,18
Avanzo patrimonializzato disponibile, al netto dell'utilizzo 2020	3.751.578,21
- Investimenti previsti dal Piano 2021	- 515.000,00
Avanzo patrimonializzato utilizzabile ai fini del pareggio di bilancio 2021	3.236.578,21
- Utilizzo esercizio 2021 (da preventivo)	-2.003.727,11

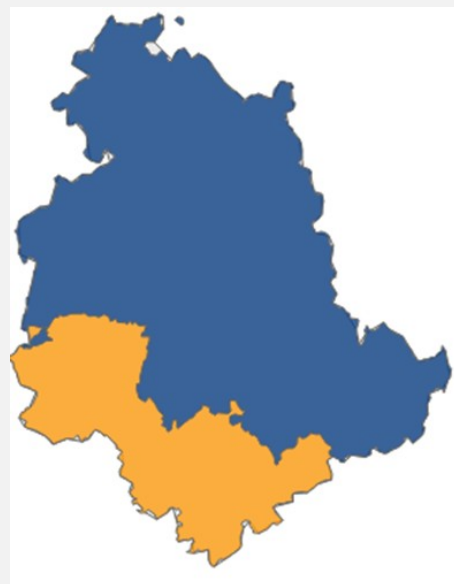
L'effettiva utilizzabilità degli avanzi patrimonializzati va analizzata anche dal punto di vista finanziario; al 31.12.2020 la somma delle giacenze nel conto di Tesoreria dei due enti accorpatisi era pari a €. 21.038.719,06.

Per maggiori dettagli si rinvia al bilancio di previsione assestato.

2. ANALISI DEL CONTESTO ESTERNO

I numeri della regione

Comuni	92	
Superficie	8.456 kmq	
Imprese attive per Kmq	9,4	
Popolazione	870.165 abitanti	
Export	3,24 MLD	
Imprese registrate	94.036	(marzo 2021) -0,18% su dic. 2020
- Servizi	25%	
- Commercio	23%	
- Turismo	7%	
- Agricoltura	21%	
- Industria	20%	
Imprese attive	79.735	(dicembre 2020)
↳ di cui straniere	9.059	
↳ di cui giovanili	7.901	
↳ di cui femminili	23.402	
Occupati	363.000	
Tasso di disoccupazione (%)	8,6%	(dicembre 2020)
Turisti (presenze totali)	1,336 MLN	(1/1-31/08/2021)) +18,3% var % vs anno 2020
Ricettività	495	Esercizi alberghieri
	27.461	Posti letto albergh. (dicembre 2020)
	2.385	Esercizi extralberghieri
	26.781	Posti letto extralbergh.



GLI EFFETTI DELLA CRISI PANDEMICA

L'economia dell'Umbria è stata colpita dalla pandemia di Covid-19 in una fase di ripresa, ma ancora debole, dell'attività economica del settore produttivo. Per questo, le forti e profonde debolezze strutturali del tessuto economico regionale, riconducibili principalmente alla bassa produttività, potranno verosimilmente essere da freno alla ripresa dell'attività nella fase di uscita dalla crisi indotta dall'emergenza sanitaria.

La domanda interna ed estera ha subito un forte calo. L'indagine condotta da Bankitalia su un campione di imprese industriali e dei servizi della regione, tra la metà di marzo e la metà di maggio 2020, prefigurava una diminuzione del fatturato di quasi un quinto nel primo semestre. Il settore più colpito è il terziario, per l'interruzione prolungata delle attività di alloggio, ristorazione e commercio al dettaglio non alimentare.

Complessivamente la stima della riduzione annuale del PIL è del 9%.

Le prospettive peggiori riguardano il comparto turistico, la cui ripartenza sarà molto graduale. In Umbria – evidenzia il report di Bankitalia di novembre 2020 – il recupero potrebbe comunque essere meno lento rispetto ad altre aree del Paese, in considerazione della minore dipendenza dei flussi dal turismo internazionale.

Anche l'edilizia sta subendo gli effetti della pandemia in misura significativa; al contenimento delle perdite potrebbe contribuire, oltre ai recenti provvedimenti di incentivo, il recupero dei ritardi accumulati per la ricostruzione post-terremoto. Sul fronte industriale la situazione rilevata dalle aziende delinea uno scenario analogo a quello della fase più acuta della crisi finanziaria globale.

Il calo del fatturato è stato più accentuato per i cementifici, per le imprese inserite nelle filiere globali dell'automotive e dell'aerospaziale e per quelle dell'abbigliamento.

Solo il settore alimentare, che nel precedente decennio aveva subito un forte ridimensionamento dell'attività,

e i produttori di beni igienizzanti e sanitari hanno incrementato le vendite.

Le imprese del territorio, inoltre, hanno operato una "significativa revisione al ribasso" dei piani di investimento e le condizioni economiche e finanziarie, più solide in media rispetto al passato, consentono comunque di affrontare questa crisi con una maggiore capacità di assorbire shock negativi.

Secondo i dati provvisori relativi all'anno 2020, le esportazioni della regione Umbria hanno fatto riscontrare un decremento del -9% rispetto all'anno 2019. L'Umbria ha esportato per un valore complessivo di circa 3 miliardi e 762 milioni di euro.

Il valore delle importazioni nel 2020 si aggira intorno ad 2,5 miliardi di euro, con uno scostamento del -3%. La bilancia commerciale della regione Umbria risulta comunque in attivo di 373.151 milioni di euro, grazie soprattutto al settore manifatturiero, in particolare ai macchinari e macchine da trasporto e ai prodotti finiti, seguiti da bevande e tabacchi e prodotti chimici.

Anche le ricadute sul mercato del lavoro sono state considerevoli. Dal mese di marzo 2020 c'è stata una caduta del numero di assunzioni di lavoratori dipendenti, di intensità superiore alla media italiana. In prospettiva, l'occupazione potrebbe contrarsi più decisamente rispetto al resto del Paese, in relazione alla maggiore incidenza in Umbria delle attività e delle categorie lavorative più esposte alle conseguenze economiche della pandemia (occupati nel commercio, alberghi e ristorazione; lavoratori autonomi; dipendenti a tempo determinato).

Le condizioni delle famiglie umbre sono destinate a peggiorare per gli effetti dell'emergenza economica sul reddito disponibile e sul valore della ricchezza. Le prospettive incerte hanno poi frenato i consumi delle famiglie, che si sono ridotti di oltre il 10%, e la domanda di finanziamenti. Per il mercato del credito, infine, nel primo trimestre 2020 si è attenuato il calo dei prestiti al settore privato non finanziario, grazie alle misure di moratoria e agli strumenti di nuova finanza previsti dal decreto "Cura Italia". In prospettiva, lo shock economico causato dalla pandemia potrebbe riflettersi in un forte peggioramento della qualità dei prestiti.

L'anno 2020 ha fatto registrare a livello regionale un tasso di crescita delle imprese sostanzialmente stabile (+0,1%), nonostante la pandemia. Tra i settori economici quello del commercio e quello manifatturiero hanno evidenziato un tasso di crescita negativo.

CONTESTO ECONOMICO – 1° SEMESTRE 2021

Gli indicatori dell'economia regionale evidenziano nel primo semestre 2021, nell'insieme, una ripresa, anche se più lenta rispetto alla media nazionale.

Nel corso dei primi sei mesi del 2021 il numero di imprese attive della regione ha subito un incremento dello 0,7% rispetto allo stesso periodo 2020. Le iscrizioni sono aumentate del 40% contro un dato nazionale di +54%. L'incremento ha riguardato sia le imprese femminili, sia quelle giovanili, sia le straniere.

In aumento anche il numero di unità locali.

Viceversa le cancellazioni hanno subito un incremento del 9%, minore del dato nazionale pari a +36%.

L'analisi settoriale evidenzia come gli unici comparti ad avere subito una riduzione nel numero di iscrizioni nel complesso dei primi sei mesi dell'anno rispetto al dato 2020 sono quelli del Turismo e dei Trasporti/Spedizioni.

Il numero di imprese entrate in scioglimento/liquidazione ha registrato un incremento rispetto al 2020 del 56% rispetto al dato nazionale pari a + 26%.

In aumento anche il numero di procedure concorsuali avviate nel corso dell'anno (fallimenti e concordati preventivi) rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

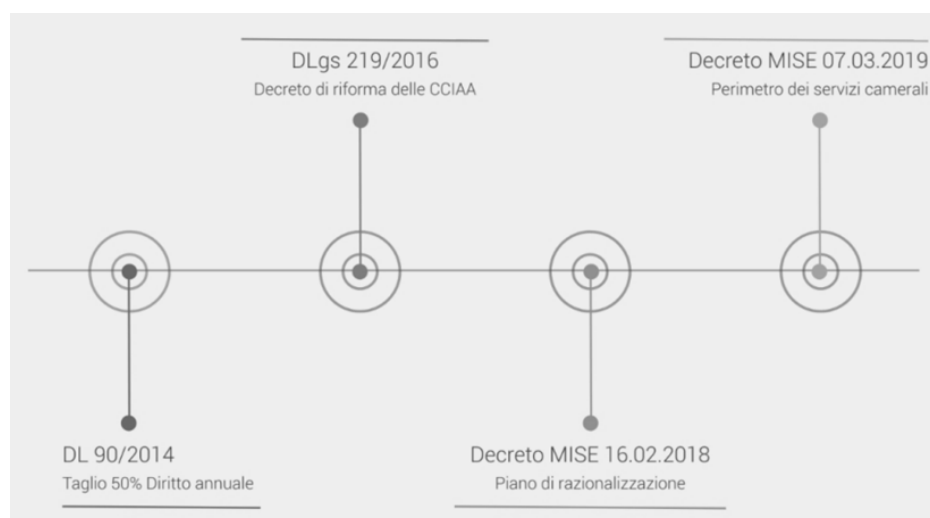
ELEMENTI DI CARATTERE NORMATIVO

Gli anni trascorsi sono stati caratterizzati da una profonda rivisitazione delle CCIAA e delle loro attribuzioni e competenze. In particolare, il percorso di riforma ha visto, tra le altre cose, un processo di riordino delle funzioni, delle circoscrizioni territoriali e del finanziamento.

- DL 90/2014: è l'antefatto del processo di riforma e ha previsto il taglio della principale voce di ricavo camerale - il diritto annuale - realizzatasi in maniera progressiva nel triennio 2015-2017 (-35% nel 2015, -40% nel 2016, -50% nel 2017), fino ad arrivare al suo dimezzamento a regime, che ha imposto

una maggiore selettività nelle linee strategiche di intervento.

- D. Lgs. 219/2016: il decreto ha riscritto sostanzialmente la L. 580/1993, prevedendo tra le altre cose: la riduzione del numero complessivo di Camere di Commercio a non più di 60 (dalle originarie 105), attraverso processi di accorpamento e la conseguente rideterminazione delle circoscrizioni territoriali; la ridefinizione dei compiti e delle funzioni; la riduzione del numero dei componenti degli organi (Consigli e Giunte); la riduzione del numero delle Unioni regionali, delle Aziende speciali e delle società controllate; la gratuità degli incarichi degli organi diversi dal collegio dei revisori dei conti e la definizione di limiti al trattamento economico dei vertici amministrativi; la conferma della riduzione degli oneri per il diritto annuale a carico delle imprese; la previsione della determinazione dei diritti di segreteria e delle tariffe dei servizi obbligatori, da parte del MISE di concerto con il MEF, sulla base dei costi standard di gestione e fornitura dei servizi medesimi; la definizione da parte del Ministero dello Sviluppo Economico, sentita l'Unioncamere, di standard nazionali di qualità delle prestazioni.
- DM 16 febbraio 2018: decreto del MiSE approvato a partire dalla proposta di Unioncamere nazionale e riguardante la razionalizzazione organizzativa e territoriale prevista dal cd. Piano di razionalizzazione previsto dal D.lgs 219/2016, con particolare riguardo alla riduzione del numero di Camere di Commercio da 105 a non più di 60, che ha inserito la Camera di Perugia, unitamente a quella di Terni, tra le Camere oggetto di accorpamento.
- DM 7 marzo 2019: con questo «decreto servizi» è stato ridefinito il paniere di attività del Sistema camerale, individuando i servizi che esso è tenuto a fornire su tutto il territorio nazionale con riguardo alle funzioni amministrative ed economiche e gli ambiti prioritari di intervento con riferimento alle funzioni promozionali.



Di particolare impatto per la gestione dell'ente camerale a partire dal 2021 si ricordano:

- i recenti interventi legislativi che hanno potenziato il ruolo svolto dalle Camere per contrastare gli effetti economici della pandemia sul territorio e segnare un percorso di ripresa per le imprese, supportandole nei percorsi di accesso alla liquidità e al mercato creditizio.

- il D.L. 16 luglio 2020 n.76, convertito in L.120/2020 (Decreto Semplificazioni) che:

- all'art.24, in merito alla gestione dei pagamenti elettronici, prevede a partire dal mese di marzo 2021 l'entrata a regime della piattaforma PagoPA nella gestione delle entrate dell'ente. L'obbligo di adesione a questo sistema, per le P.A., è sancito dall'art.5 del Codice dell'Amministrazione Digitale di cui al D.Lgs.n.82/2005, nella sua nuova riformulazione, e dall'art.15, comma 5 bis, del D.L.179/2012 convertito, con modificazioni, dalla Legge 17 dicembre n.221. L'insieme delle disposizioni in materia di pagamenti elettronici a favore della P.A. è stato attuato con l'emanazione, da parte dell'AgID, delle "Linee Guida per l'effettuazione dei pagamenti elettronici a favore delle pubbliche amministrazioni e dei gestori di pubblici servizi". Essa

permetterà, ai cittadini, di affidarsi ad un sistema unico di pagamento, semplice, rapido e trasparente, utilizzando una modalità standardizzata, attraverso vari canali di pagamento; all'ente, permetterà una maggiore efficienza e risparmio nella gestione del ciclo di vita dell'incasso. L'adozione e l'utilizzo di PagoPA consentirà di rispondere adeguatamente alle previsioni normative in tema di innovazione digitale sui sistemi di pagamento per la Pubblica Amministrazione;

- all'art.37 stabilisce la definitiva entrata a regime dell'obbligo di comunicare al Registro delle Imprese un domicilio digitale attivo, che, nel medio periodo, avrà anche conseguenze positive sulle notifiche delle ordinanze-ingiuntive in quanto potranno essere effettuate mediante posta elettronica certificata. E' tuttavia prevedibile che tale beneficio non sarà immediato e dipenderà da come le imprese risponderanno al citato obbligo;

- all'art 40 rubricato "Semplificazione delle procedure di cancellazione dal Registro delle Imprese e dall'Albo degli enti cooperativi", ha introdotto diverse novità di impatto per il Registro delle Imprese, intervenendo sulle procedure di cancellazione dal Registro delle Imprese e dall'Albo degli enti cooperativi (comma 2), sulla cancellazione dalla sezione speciale delle startup innovative (commi 9 e 10) e sulla cancellazione volontaria delle società di capitali. In sede di conversione è stata, tra le altre, apportata una modifica all'art.2495 c.c., stabilendo che, in caso di mancata opposizione al bilancio finale di liquidazione, ovvero in caso di approvazione del bilancio, se i liquidatori non provvedono tempestivamente (entro 5 giorni) a chiedere la cancellazione della società, sarà il Conservatore a disporla con proprio atto, se non ha ricevuto dal cancelliere notizie di opposizioni. Tale novità procedurale ovviamente impone la necessità di accordi con i Tribunali, potenziando ulteriormente l'utilizzo dei canali di comunicazione on line.

- il D. Lgs. 3 settembre 2020, n.116 che, in attuazione della Direttiva (UE) 2018/851, introduce diverse novità nel Testo Unico Ambientale di cui al D.Lgs.n.152/2006 e che impatteranno notevolmente sui diversi processi presidiati dalla CCIAA in ambito ambientale.

- il D. L. 24 agosto 2021 n. 118, che introduce un nuovo strumento, la Composizione negoziata per la soluzione della crisi d'impresa, a carattere esclusivamente volontario e stragiudiziale per gli imprenditori commerciali ed agricoli in condizioni di squilibrio patrimoniale o economico-finanziario. La Camere di Commercio sarà chiamata a contribuire al nuovo servizio, con particolare riferimento alla Piattaforma telematica nazionale che rappresenterà il perno delle nuove procedure e alla diffusione di queste ultime.

- Si ricorda infine la cornice normativa articolata e complessa, soggetta a frequenti interventi da parte del legislatore, in materia di contratti pubblici, di riduzione della spesa per i consumi intermedi e di tracciabilità dei flussi finanziari.

3. PIANIFICAZIONE

3.0 - Albero della performance

L'Albero della performance è la mappa logica che rappresenta graficamente i legami tra mission, ambiti strategici, obiettivi strategici, obiettivi operativi.

In esso vengono rappresentati schematicamente gli ambiti strategici di intervento, che danno conto anche a livello di sistema camerale dei risultati aggregati delle politiche camerali, i relativi obiettivi strategici da raggiungere nei prossimi tre anni, vale a dire le principali aree di impatto che l'azione dell'Ente intende produrre nell'ambiente di riferimento, già delineate nella Relazione Previsionale e Programmatica 2021 in coerenza con il Programma Pluriennale di Mandato 2021-2025.

Ad essi sono associati indicatori e target con lo scopo di misurare la ricaduta concreta nel medio-lungo periodo dell'attuazione delle politiche, in termini di valore pubblico creato dall'ente nei confronti dei propri stakeholder.

A tal fine dovrebbero essere utilizzati indicatori principalmente di impatto, tuttavia, questo tipo di indicatori risulta spesso difficilmente misurabile sia per la distanza temporale tra l'azione dell'Ente e la generazione dell'effetto, sia soprattutto per il parziale (in alcuni casi quasi nullo) controllo dello stesso, in ragione delle interazioni da parte di altri soggetti o di variabili esterne, laddove il profilo istituzionale e la taglia dimensionale rendono difficile l'individuazione del cosiddetto outcome riferito al solo ente camerale, se non come contributo al suo raggiungimento all'interno di una filiera istituzionale. Su questo tema, è in corso un progetto avviato dal Dipartimento della Funzione Pubblica sul tema delle performance di filiera. Tuttavia, quanto meno a livello di monitoraggio, è pur sempre utile considerare indicatori di impatto di livello "macro", il cui scopo è quello di indicare la direzione a cui tendere, da non collegare alla misurazione e valutazione della performance individuale e organizzativa.

Per migliorare la misurazione della ricaduta concreta nel medio-lungo periodo dell'attuazione delle politiche, in termini di utilità e di valore pubblico creato dall'ente nei confronti dei propri stakeholder, vanno individuati indicatori che si ritiene possano soddisfare al meglio i requisiti di governabilità, contenimento degli oneri di raccolta e di elaborazione dei dati e di comparabilità tra Camere di Commercio e che potrebbero misurare gli impatti generati dall'attuazione delle politiche dell'ente camerale e quindi direttamente governabili dalle politiche intraprese dalla Camera.

Ciascun obiettivo strategico viene poi articolato in obiettivi operativi di respiro annuale, che indicano i traguardi intermedi da raggiungere al fine di assicurare il conseguimento degli obiettivi strategici, cui sono associati indicatori, target e responsabilità organizzative connesse al loro raggiungimento, secondo una logica verticale che orienta la realizzazione delle attività e dei servizi, così che ciascuno nel proprio ambito possa concorrere all'attuazione della strategia.

Alcuni obiettivi rivestono carattere trasversale, attraversando tutta la struttura camerale: la trasparenza e l'anticorruzione, la comunicazione, la digitalizzazione dei processi. Su questi, pertanto, saranno chiamati a collaborare tutti i responsabili ai vari livelli, attraverso la creazione di opportune modalità di lavoro, in cui siano identificate le responsabilità di ciascuno e creati appositi gruppi di lavoro coordinati da una cabina di regia.

Di seguito la rappresentazione dell'albero della performance in forma grafica.

MISSION
Promozione dello sviluppo equo e sostenibile del sistema delle imprese e del territorio

AMBITO STRATEGICO 1
 Sviluppo delle imprese e del territorio

AMBITO STRATEGICO 2
 Semplificazione amministrativa e regolazione del mercato

AMBITO STRATEGICO 3
 Stato di salute dell'Ente

O.S. 1.1
 Turismo e promoz. del territorio

Kpi 1 - Tasso utilizzo risorse stanziati >= 40%
 Kpi 2 - Ammontare medio contributo per manifestazioni (solo monitorag.)
 Kpi 3 - N° manifestaz. finanziate (solo monitorag.)

O.S.1.2
 Internazionalizz. delle imprese

Kpi 1 - N° imprese coinvolte in azioni a supporto internazionalizz. >= 120
 Kpi 2 - Tasso utilizzo risorse stanziati >= 40%

O.S. 1.3
 Digitalizzazione e Innovazione

Kpi 1 - N° imprese coinvolte in progetti/progr. di digitalizzaz >= 300
 Kpi 2 - Tasso utilizzo risorse stanziati >= 40%

O.S. 1.4
 Formaz. Lavoro e Imprenditorialità

Kpi 1 - N° studenti coinvolti nei percorsi di orientam. e alternanza >= 450
 Kpi 2 - Tasso utilizzo risorse stanziati >= 40%

O.S.2.1
 Semplificazione amministrativa

Kpi 1 - Rispetto tempi di evasione (5 gg.) pratiche R.I. >= 70%
 Kpi 2 - Variaz. % imprese aderenti al cassetto digitale >= + 5%

O.S. 2.2
 Ecosistema sostenibile

Kpi 1 - Livello diffusione visite controllo sul territorio (solo monitor.)
 Kpi 2 - Livello diffusione servizio mediaz.ne >= 1,4‰
 Kpi 3 - Rispetto tempi evasione istanze cancellaz. Protesti 100%
 Kpi 4 - Istanze deposito/rinnovo marchi e brevetti >= 450

O.S. 3.1
 Miglioramento gestione risorse econom. finanz. e patrimon.

Kpi 1 - % incasso diritto annuale alla scadenza >=68%
 Kpi 2 - % incassi tramite ravvedim. operoso >= 9,58%
 Kpi 3 - Equilibrio econom.gest. corr. <=113%
 Kpi 4 - Margine struttura primario > 80%
 Kpi 5 - Indice liquidità immediata >1 e <2
 Kpi 6 - Costi di personale e funzionam.per impresa <= 108,44 (media CCIAA cluster dimension. Pareto)

O.S. 3.2
 Gestione e sviluppo risorse umane

Kpi 1 - Dimensionamento personale rispetto al bacino di imprese <= 1,18
 Kpi 2 - Grado di differenziaz. premialità >= 1,50

O.S. 3.3
 Digitalizzazione dei processi

Kpi 1 - Report su analisi processi e grado di digitalizzazione (solo monitorag.)

O.S. 3.4
 Orientam. gestione alla performance

Kpi 1 - % raggiung. perform. generale (sez.operativa) >= 90%

O.S. 3.5
 Trasparenza e Anticorruzione

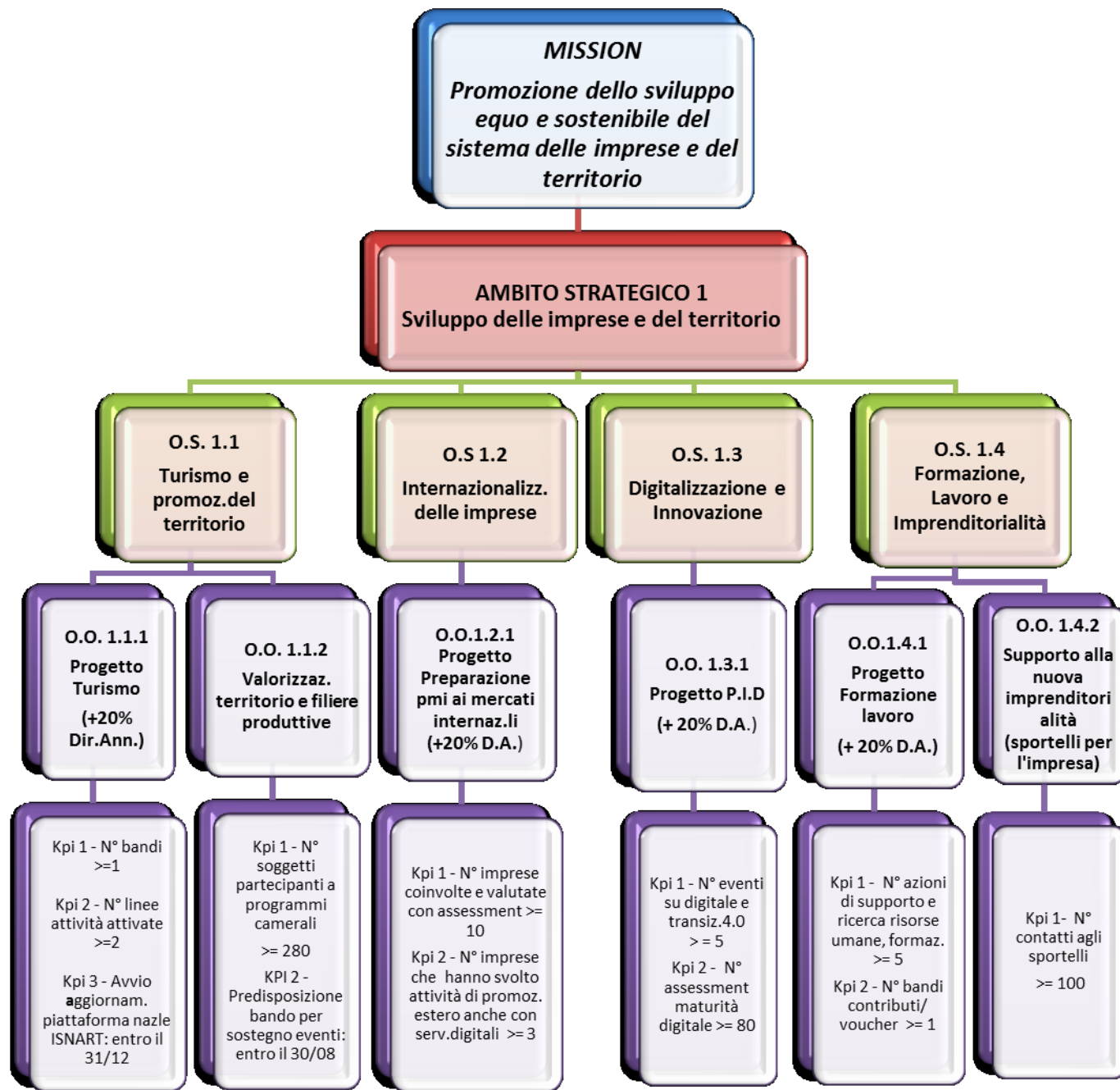
Kpi 1 - Indice sintetico di trasparenza 100%
 Kpi 2 - % attuaiz. misure previste nel PTPCT 100%

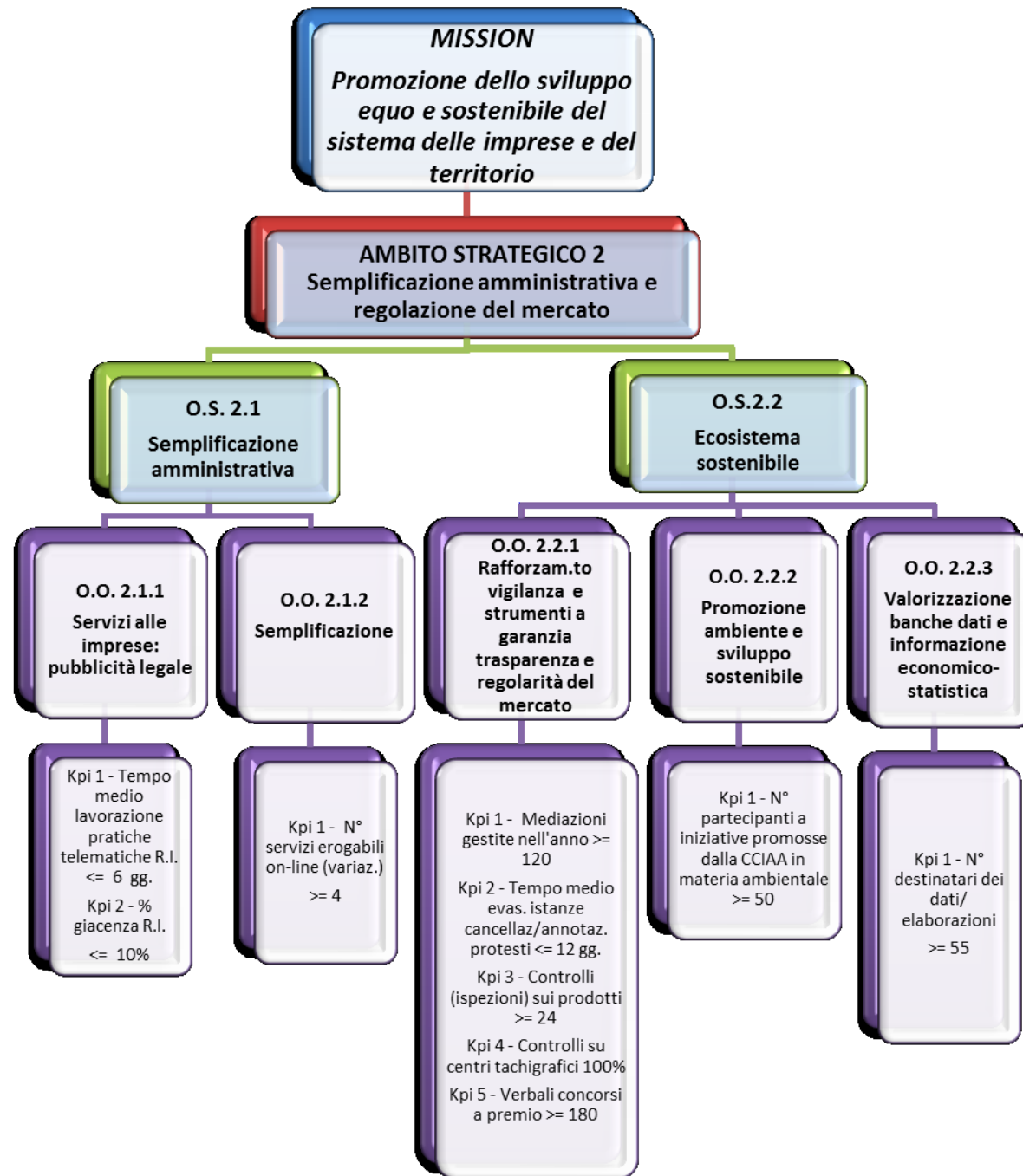
O.S. 3.6
 Comunicazione

Kpi 1 - Accessi al sito istituz. (solo monitor.)
 Kpi 2 - N° utenti raggiunti tramite sistemi tipo CRM >= +2%

O.S. 3.7
 Supporto alla governance

Kpi 1 - N° nuovi accordi alleanze/partnership >= 3





MISSION
Promozione dello sviluppo equo e sostenibile del sistema delle imprese e del territorio

AMBITO STRATEGICO 3
 Stato di salute dell'Ente

O.S. 3.1
 Miglioramento gestione risorse econom. finanziar. e patrimoniali

O.O. 3.1.1
 Efficientamento riscossione entrate e ricerca nuove fonti

Kpi 1 - N° contatti per promozione utilizzo ravvedim. operoso >= 3.000
 Kpi 2 - N° ruoli emessi >= 1
 Kpi 3 - N° Progetti presentati a valere su risorse comunit./naz.li, FdP Unioncam, Microcr., altri
 Progetti europei >= 5 (riparametrato su fraz.anno >= 2)
 Progetti FdP e altri >= 5
 Kpi 4 - Tasso utilizzo cofinanziamenti approvati >= 90%

O.O. 3.1.2
 Mantenim. equilibrio econom.patrimon. e finanziario e valorizzazione patrimonio immobil.

Kpi 1 - Tempo medio pagamento fatture <= 30 gg.
 Kpi 2 - Report su analisi immobili di proprietà e proposte di intervento: entro il 30/11
 Kpi 3 - Piano interventi di manutenz.straordin.su immobili di proprietà: entro il 31/12

O.S. 3.2
 Gestione e sviluppo risorse umane

O.O. 3.2.1
 Riorganizzazione servizi camerali a seguito fusione

Kpi 1 - Bozza piano di revisione organizzazione: - Macro-organizzazione: entro 60 gg. dalla data di nomina ministeriale del Segr.Gen.
 Micro-organizzazione: entro il 31/12

O.O. 3.2.2
 Organizzaz. e sviluppo competenze in rapporto alle funzioni post-riforma e fusione

Kpi 1 - Grado di copertura delle attività formative per il personale da formare 100%

O.S. 3.3
 Digitalizzazione e dei processi

O.O. 3.3.1
 E-Government e transizione al digitale: efficientam. e digitalizz. processi

Kpi 1- % attuaaz.Piano assessment tecnologico >= 50%

O.S. 3.4
 Orientamento gestione alla performance

O.O. 3.4.1
 Implementaz. strumenti performance management per la CCIAA Umbria

Kpi 1 -Bozza sistema di Misurazione e Valutazione della Performance CCIAA Umbria anno 2022: entro il 31/12

O.S. 3.5
 Trasparenza e Anticorruzione

O.O. 3.5.1
 Implementaz. Piano Trasparenza e Anticorruzione

Kpi 1 - N° monitoraggi trasparenza >= 2
 Kpi 2 - Analisi rischio corruz.processi: entro il 30/11
 Kpi 3 - N° monitorag. attuaaz.ulteriori misure previste nel PTPCT >=1

O.S. 3.6
 Comunicazione

O.O. 3.6.1
 Comunicazione multicanale marketing dei servizi

Kpi 1 - Grado di copertura servizi strategici sui canali di comunicaz. 100%
 Kpi 2 - % Completament o sito istituz.le sezione "L'impresa digitale" e sezione "Avviare l'impresa" 100%

O.S. 3.7
 Supporto alla governance

O.O. 3.7.1
 Rafforzament o delle alleanze con gli attori istituzionali

Kpi 1 - Ricognizione alleanze e partnership in essere: entro il 30/11
 Kpi 2 - Ricognizione rappresentatività c/o enti/ istituz.locali e naz.li: entro il 30/11
 Kpi 3 - N° atti normativi e regolamentari su funzion.Ente >= 2

3.1 - Pianificazione triennale. Gli obiettivi strategici

RIEPILOGO

Ambiti strategici	Obiettivi strategici	
AMBITO STRATEGICO 1 SVILUPPO DELLE IMPRESE E DEL TERRITORIO <i>Peso: 40%</i>	OS1.1 Turismo e promozione del territorio	<i>Peso: 30%</i>
	OS1.2 Internazionalizzazione delle imprese	<i>Peso: 25%</i>
	OS1.3 Digitalizzazione e Innovazione	<i>Peso: 25%</i>
	O.S.1.4 Formazione, Lavoro e Imprenditorialità	<i>Peso: 20%</i>
AMBITO STRATEGICO 2 SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA E REGOLAZIONE DEL MERCATO <i>Peso: 30%</i>	OS2.1 Semplificazione amministrativa	<i>Peso: 50%</i>
	OS2.2 Ecosistema sostenibile	<i>Peso: 50%</i>
AMBITO STRATEGICO 3 STATO DI SALUTE DELL'ENTE <i>Peso: 30%</i>	OS3.1 Miglioramento gestione risorse economiche e finanziarie e patrimoniali	<i>Peso: 20%</i>
	OS3.2 Gestione e sviluppo risorse umane	<i>Peso: 10%</i>
	OS3.3 Digitalizzazione dei processi	<i>Peso: 15%</i>
	OS3.4 Orientamento della gestione alla performance	<i>Peso: 15%</i>
	OS3.5 Trasparenza e Anticorruzione	<i>Peso: 15%</i>
	OS3.6 Comunicazione	<i>Peso: 15%</i>
	OS3.7 Supporto alla governance e agli organi	<i>Peso: 10%</i>

SCHEDE DI DETTAGLIO

AMBITO STRATEGICO 1 - SVILUPPO DELLE IMPRESE E DEL TERRITORIO

Obiettivo strategico	OS1.1 TURISMO E PROMOZIONE DEL TERRITORIO				
Descrizione	<p>Finalità: far emergere, aggregare, promuovere e vendere i prodotti e i servizi che caratterizzano l'offerta turistica dei due territori provinciali, con l'obiettivo di potenziare il brand Umbria in tutte le sue sfaccettature, con attività di promozione del territorio che ne valorizzi i punti di forza e di attrazione, la qualità e l'accoglienza, le eccellenze dell'agroalimentare, dell'artigianato, il patrimonio culturale e il manifatturiero</p> <p>In collaborazione in primis con la Regione, la Camera dell'Umbria si propone di rafforzare la competitività delle imprese del settore e migliorare il posizionamento del territorio umbro come destinazione turistica a livello nazionale e internazionale, attraverso strumenti che consentano un'efficace integrazione degli attori della filiera agevolando il censimento, la raccolta e la promozione dell'offerta di incoming e lo sviluppo di sistemi dinamici, innovativi e digitali di comunicazione, commercializzazione e analisi</p> <p>Una leva fondamentale sul piano dell'attrattività del territorio è rappresentata dalla sua identità culturale e dal suo ricco patrimonio storico-artistico. La Camera di Commercio ha tra i propri compiti istituzionali assegnati espressamente dalla recente riforma "la valorizzazione del patrimonio culturale nonché lo sviluppo e promozione del turismo, in collaborazione con gli enti e organismi competenti".</p> <p>A questo riguardo, l'ambito territoriale della nuova Camera di Commercio vanta complessi monumentali e architettonici di notevole richiamo e la presenza sul territorio di eventi di interesse nazionale e internazionale, nonché strutture museali da promuovere e valorizzare. In tale contesto l'obiettivo della Camera è rafforzare l'impegno per uno sviluppo turistico integrato, sostenibile e al passo con le sfide tecnologiche, consolidando la collaborazione con le istituzioni regionali e i principali musei del territorio.</p>				
Programma (D.M. 27/03/2013)	011/005 – Promozione e attuazione politiche di sviluppo, competitività e innovazione....				
Risorse economiche	€ 1.506.891,91				
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021	Target anno 2022	Target anno 2023
kpi1.1_001 Tasso di utilizzo risorse stanziate Tipologia: efficienza Peso: 100%	Risorse deliberate / Risorse stanziate Fonte: bilancio consuntivo	31%	≥40%	≥ 60%	≥ 70%
kpi1.1_002 Ammontare medio contributo per manifestazioni Tipologia: efficacia Peso: 0 %	Ammontare contributi concessi per manifestazioni, iniziative, eventi di promozione del territorio/N° manifestazioni, iniziative, eventi finanziati Fonte: provvedimenti dirigenziali - contabilità generale	* 0	solo monitoraggio	Da definire a seguito monitoraggio 2021	Da definire a seguito monitoraggio 2021
kpi1.1_002 Numero manifestazioni finanziate Tipologia: efficacia Peso: 0%	N° manifestazioni, iniziative, eventi finanziati / 1 Fonte: provvedimenti dirigenziali	* 0	solo monitoraggio	Da definire a seguito monitoraggio 2021	Da definire a seguito monitoraggio 2021

* La Commissione per la selezione delle iniziative si deve ancora riunire

Obiettivo strategico		OS1.2 INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE			
Descrizione	<p>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 ICE, SACE E SIMEST).</p> <p>La riforma ha dato rilevanza al ruolo delle Camere quale rete capillare di contatto con le imprese sul territorio - in particolare quelle di minori dimensioni, le start up e le aziende organizzate in filiere e reti - per mettere gli esportatori in condizione di essere assistiti nel loro sforzo per raggiungere i mercati esteri di interesse, garantendo un costante raccordo con le azioni messe in campo dall'ICE in particolare con lo sportello Export Flying Desk e dal Gruppo CDP, nonché con Promos Italia e le Camere di Commercio Italiane all'estero, con la Regione dell'Umbria e la sua partecipata Sviluppumbria SpA.</p> <p>In questo scenario, obiettivi principali del sistema camerale sono: 1. individuare, formare e avviare all'export le PMI attualmente operanti sul solo mercato nazionale (le cosiddette "potenziali esportatrici") e quelle che solo occasionalmente hanno esportato negli ultimi anni; 2. rafforzare la presenza all'estero delle imprese già attive sui mercati globali, assistendole nell'individuazione di nuove opportunità di business nei mercati già serviti o nello scouting di nuovi mercati; 3. digitalizzare le imprese come strumento di accesso ai mercati internazionali. A queste finalità risponde il progetto pluriennale nazionale Sostegno all'export delle PMI (SEI), promosso dall'Unioncamere nazionale in collaborazione con Promos, per favorire l'avvicinamento delle imprese ai mercati esteri e rafforzarne la presenza, al quale la nuova Camera continuerà a partecipare. Ulteriore obiettivo è il potenziamento delle strutture camerale, anche attraverso di rapporti di partenariato con operatori dell'ecosistema camerale già attivi, al fine di acquisire gli strumenti operativi per fornire supporto alle imprese sulle gare d'appalto europee ed internazionali.</p>				
Programma (D.M. 27/03/2013)	016/005 – Sostegno all'internazionalizzazione delle imprese e promozione del made in Italy				
Risorse economiche	€ 821.166,40				
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021	Target anno 2022	Target anno 2023
kpi1.2_001: Imprese coinvolte in azioni di supporto alla internazionalizzazione Tipologia: efficacia Peso: 60%	Numero di imprese coinvolte in azioni di supporto alla internazionalizzazione / 1 Fonte: rilevazione interna UOS	122	≥ 120	≥ 120	≥ 120
kpi1.2_002: Tasso di utilizzo risorse stanziare Tipologia: efficacia Peso: 40%	Risorse deliberate / Risorse stanziare Fonte: bilancio consuntivo	81%	≥40%	≥ 60%	≥ 70%

Obiettivo strategico		OS1.3 INNOVAZIONE E DIGITALIZZAZIONE DELLE IMPRESE			
Descrizione	<p>Il Piano nazionale Impresa 4.0 ha indicato chiaramente le traiettorie lungo le quali deve svilupparsi il programma d'azione a sostegno dell'innovazione, che interessa tutti i settori economici e tutte le imprese, anche di più piccola dimensione e ha attribuito al sistema camerale il ruolo determinante di attore di parte di esso, in collaborazione con altri soggetti, nonché di promotore della cultura digitale presso il mondo imprenditoriale. Lungo questa direzione si lavorerà nei prossimi anni, in continuità con quanto già realizzato a partire dal 2017, anno in cui si sono poste le basi per lo sviluppo di una solida strategia che vedrà la Camera di Commercio impegnata a indirizzare e sostenere le imprese locali, con costante attenzione alle specificità settoriali dei due territori di competenza, nella digital economy.</p> <p>In piena sintonia con il citato Piano nazionale, la Camera dell'Umbria si adopererà in stretta sinergia per: diffondere la conoscenza e le competenze sulle tecnologie impresa 4.0 e sui vantaggi che offrono; affiancare le imprese nella comprensione della propria maturità digitale e nell'individuazione delle aree di intervento prioritarie; orientare le imprese verso strutture di supporto alla trasformazione digitale e centri di trasferimento tecnologico.</p> <p>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 ed è uno degli snodi del network nazionale 4.0, insieme ai Digital Innovation Hub e ai Competence Center individuati dal MiSE.</p>				
Programma (D.M. 27/03/2013)	011/005 – Promozione e attuazione politiche di sviluppo, competitività e innovazione....				
Risorse economiche	€ 512.588,13				
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021	Target anno 2022	Target anno 2023
kpi1.3_001 Imprese coinvolte in progetti/programmi di digitalizzazione Tipologia: efficacia Peso: 60%	Numero imprese coinvolte in progetti/programmi di digitalizzazione / 1 Fonte: Rilevazione interna UOS	1.338	>= 300	>= 300	>= 300

kpi1.3_002 Tasso di utilizzo risorse stanziate Tipologia: efficacia Peso: 40%	Risorse deliberate / Risorse stanziate Fonte: bilancio consuntivo	26%	≥40%	≥ 60%	≥ 70%
---	--	-----	------	-------	-------

Obiettivo strategico		OS1.4 FORMAZIONE, LAVORO E IMPRENDITORIALITÀ			
Descrizione	<p>La promozione di nuova imprenditorialità parte dal riconoscimento del ruolo del sistema scolastico, cruciale per avvicinare le nuove generazioni alle esigenze di un mercato del mercato del lavoro in costante evoluzione, che richiede nuove professionalità e competenze, a partire da quelle digitali, prosegue con il sistema universitario, veicolo di innovazione, e tocca infine le startup, determinanti per la crescita economica.</p> <p>L'azione della Camera di Commercio a sostegno del sistema imprenditoriale è rivolta anche alle nuove imprese, non solo nell'offrire loro supporto in fase di startup, ma operando anche nel fornire servizi di orientamento e formazione per giovani aspiranti imprenditori e prima ancora progettando percorsi di alternanza scuola-lavoro. Centrale sarà sempre più migliorare le proprie competenze digitali. La riforma del sistema camerale amplia le competenze che riguardano l'alternanza scuola-lavoro, nel quadro del più ampio riordino del sistema scolastico. La Camera sarà dunque impegnata nel progettare percorsi di alternanza congiuntamente a scuole e imprese, fungendo da raccordo tra le rispettive esigenze. La stessa riforma, inoltre, attribuisce competenze in materia di orientamento al lavoro e alle professioni, in coordinamento con il Governo, le regioni e l'ANPAL, individuando quattro linee di azione: la tenuta del Registro Nazionale per l'Alternanza Scuola- Lavoro; la collaborazione per la realizzazione del sistema di certificazione delle competenze degli studenti; il supporto all'incontro tra domanda e offerta di lavoro; il sostegno alla transizione dalla scuola e dall'università al lavoro. Di particolare interesse sarà il nuovo ruolo della Camera dell'Umbria nell'ambito del placement, offerto con l'utilizzo di un'apposita piattaforma nazionale fruibile dalle imprese e contenente profili e c.v. dettagliati di giovani in uscita dai percorsi formativi scolastici. L'azione di placement sarà supportata dalla realizzazione di percorsi di alternanza e orientamento mirati e appositamente realizzati in anche in funzione delle indicazioni ricevute nelle indagini Excelsior in cui gli imprenditori indicano la domanda di lavoro locale nelle sue varie caratteristiche, con specifico riferimento ai vari settori caratterizzanti il sistema economico locale, e i motivi delle difficoltà di reperimento di alcune qualifiche. Per queste, evidentemente occorrerà stimolare anche le Istituzioni scolastiche verso adeguate azioni formative e di alternanza scuola-lavoro in modo da colmare la lacuna esistente.</p> <p>La seconda declinazione del tema riguarda i giovani imprenditori e le startup, che richiedono un fertile ecosistema dove far nascere e crescere le proprie idee: Università, incubatori, enti pubblici e soggetti privati impegnati nell'erogazione di servizi per l'avvio e lo sviluppo d'impresa, nonché nel supporto alla realizzazione di progetti imprenditoriali avanzati, capaci di produrre quell'innovazione di processo e di prodotto che rappresenta l'elemento distintivo. Lungo questo solco, la Camera favorirà la collaborazione tra imprese e sistema universitario e della ricerca.</p> <p>Utili sinergie potranno essere sviluppate anche con riferimento ai servizi rivolti alle startup innovative sotto il profilo amministrativo. La Camera di Commercio è infatti incaricata della tenuta dell'anagrafe delle startup innovative attraverso l'apposita sezione del Registro Imprese. L'attività di supporto proseguirà anche in relazione alle procedure amministrative inerenti al Registro Imprese, mediante i servizi erogati dall'ufficio Assistenza Qualificata alle Imprese (AQI) sia in fase di costituzione della società che di modifica dello statuto societario.</p>				
Programma (D.M. 27/03/2013)	011/005 – Promozione e attuazione politiche di sviluppo, competitività e innovazione....				
Risorse economiche	€ 142.013,99				
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021	Target anno 2022	Target anno 2023
kpi1.4_001 Studenti coinvolti nei percorsi di orientam.e alternanza scuola-lavoro Tipologia: efficacia Peso: 60%	Numero di studenti coinvolti nei percorsi di orientamento e alternanza scuola-lavoro/1 Fonte: Rilevazione interna UOS	850	>= 450	>= 450	>= 450
kpi1.4_002 Tasso di utilizzo risorse stanziate Tipologia: efficacia Peso: 40%	Risorse deliberate / Risorse stanziate Fonte: bilancio consuntivo	100%	≥40%	≥ 60%	≥ 70%

AMBITO STRATEGICO 2 – SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA E REGOLAZIONE DEL MERCATO

Obiettivo strategico	OS2.1 SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA				
Descrizione	In attuazione delle strategie europee sul digitale, l'AgID (Agenzia per l'Italia digitale) ha definito il Piano triennale per l'informatica nella PA. Il sistema camerale, tramite Unioncamere, partecipa in prima linea alla sua attuazione, contribuendo al buon funzionamento dell'ecosistema 'Sviluppo e sostenibilità', che vede nel Registro Imprese il suo nodo principale quale dorsale italiana dei dati sulle imprese, tanto che il CAD (Codice dell'amministrazione digitale) lo inserisce tra le banche dati di interesse nazionale. A questo scopo, il primo impegno sarà proprio il miglioramento continuo del Registro, dall'usabilità delle piattaforme, alla massima qualità dei dati presenti. Gli altri elementi costitutivi di questo ecosistema digitale sono il Suap, il Fascicolo digitale e il Cassetto digitale dell'imprenditore, ma non ancora al massimo delle loro potenzialità. Da vincere infatti c'è anche una grande sfida culturale: le pubbliche amministrazioni operano ancora troppo spesso come fossero entità separate, mentre la visione del futuro deve essere quella di un sistema unico e integrato. Su questo aspetto la Camera dell'Umbria si impegnerà in azioni di sensibilizzazione e di impulso all'utilizzo di piattaforme uniche ed interoperabili e nella promozione presso le imprese e nella sensibilizzazione di altre PA ad alimentare il cassetto digitale, in modo che esso costituisca sempre di più un hub di riferimento per gli imprenditori. La Camera di Commercio offre, inoltre, alle imprese una pluralità di servizi online, in collaborazione con Infocamere, che anche per i prossimi anni saranno in continua crescita ed evoluzione.				
Programma (D.M. 27/03/2013)	012/004 – Vigilanza...				
Risorse economiche	€ 2.121.465,59				
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021	Target anno 2022	Target anno 2023
Kpi2.1_001 Rispetto tempi di evasione (5 gg.) pratiche R.I. Tipologia: qualità Peso: 70%	Percentuale di pratiche del Registro Imprese evase nell'anno entro 5 giorni dal loro ricevimento (al netto del periodo di sospensione) Fonte: Infocamere	97%	>= 70%	>= 75%	>= 80%
Kpi2.1_002 Imprese aderenti al cassetto digitale Tipologia: efficacia Peso: 30%	Variazione % imprese aderenti al cassetto digitale Fonte: Infocamere	+ 3,92%	≥ + 5%	≥ + 5%	≥ +,5%

Obiettivo strategico	OS2.2 ECOSISTEMA SOSTENIBILE				
Descrizione	<p>Sostenibile è l'impresa in equilibrio con l'ambiente, che pone la sua salvaguardia al centro della propria attività economica e che si innova con percorsi di crescita circolari. Ma sostenibile è anche l'impresa che segue un percorso virtuoso, rispettoso delle regole e lontano da comportamenti illegali che possono condizionare il mercato. La Camera di Commercio dell'Umbria intende partecipare alla sfida della sostenibilità come concreta opportunità di crescita competitiva, presidiando i principali step della road map della sostenibilità:</p> <ul style="list-style-type: none"> -assicurare il corretto funzionamento del mercato, tramite la vigilanza sulla sicurezza dei prodotti, gli strumenti di misura, l'anticontraffazione e la messa a disposizione di altri enti di controllo e delle Forze dell'Ordine degli strumenti conoscitivi e di indagine di cui dispone il sistema camerale, a partire dai dati del Registro Imprese e dell'Albo Gestori Ambientali; -garantire maggiore trasparenza del mercato, attraverso la rilevazione dei prezzi degli immobili e la redazione del listino settimanale di Borsa merci; facilitare la circolazione delle informazioni, quale presupposto essenziale per lo sviluppo di un mercato efficiente, rappresenta l'obiettivo primario cui si dovrà ispirare anche l'ulteriore attività di rilevazione dei prezzi dell'energia elettrica, del gas naturale, dell'acqua, della TARI, praticati ai consumatori (siano essi privati cittadini o imprese), in risposta all'esigenza espressa dagli operatori di poter disporre di un riferimento di prezzo, sotto forma di prezzo medio da pubblicare sui mercuriali della Camera, che permetta di monitorare periodicamente le dinamiche del mercato favorendo l'incontro tra domanda e offerta, nella consapevolezza della crescente rilevanza di questa tipologia di costi per il sistema imprenditoriale e per le famiglie; -gestire i conflitti, che diventa un punto di forza quanto più rapidi e certi sono i suoi tempi e quanto più efficienti le soluzioni raggiunte. 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 molto più brevi e a costi ben più contenuti con modalità alternative rispetto al tribunale ordinario, come la mediazione e l'arbitrato, risulta determinante. -supportare lo sviluppo di una crescita circolare e rispettosa delle regole ambientali. La green economy e l'economia circolare rappresentano il cuore della sfida economica 				

	del futuro, non solo in termini di tutela del bene comune ambientale, ma anche come leva di sviluppo e competitività. Su questo fronte, la riforma delle Camere di Commercio assegna loro il compito di supportare le imprese nel miglioramento delle condizioni ambientali, impegno che in questi anni l'Ente ha già portato avanti - e proseguirà - informando e formando le imprese su tutte le fasi del circuito dell'economia circolare e partecipando a tavoli di confronto inter-istituzionale sui territori. In questo ambito, sarà importantissimo lavorare al fianco del mondo associativo, dei consorzi per il riciclo e della comunità scientifica e accademica, stringendo con loro partnership e alleanze.				
Programma (D.M. 27/03/2013)	012/004 – Vigilanza...				
Risorse economiche	€ 1.238.510,38				
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021	Target anno 2022	Target anno 2023
Kpi2.2_001 Livello di diffusione delle visite di controllo sul territorio Tipologia: efficacia Peso: 0%	Numero visite di controllo (metrologiche ispettive+sorveglianza prodotti) effettuate dalla CCIAA nell'anno/N° utenti metrici al 31/12 Fonte: Eureka	1%	Solo monitoraggio	Da definire a seguito monitoraggio 2021	Da definire a seguito monitoraggio 2021
Kpi2.2_002 Livello di diffusione servizio mediazione Tipologia: efficacia Peso: 40%	Numero procedure di mediazione avviate nell'anno x 1.000 / Numero imprese attive Fonte: Concilia	Dato non fornito	≥1,4‰	≥1,4‰	≥1,4‰
Kpi2.2_003 Rispetto tempi di evasione pratiche Protesti Tipologia: qualità Peso: 60%	Percentuale di istanze di cancellazione/annotazione Protesti evase nell'anno entro il termine di legge Fonte: Registro Informatico Protesti	100%	100%	100%	100%

AMBITO STRATEGICO 3 – STATO DI SALUTE DELL'ENTE					
Obiettivo strategico	OS3.1 MIGLIORAMENTO GESTIONE RISORSE ECONOMICHE, FINANZIARIE E PATRIMONIALI				
Descrizione	Per accrescere la probabilità di conseguire la mission e gli obiettivi strategici funzionali alla stessa, è fondamentale presidiare la salute economico-finanziaria e patrimoniale dell'ente, ovvero la fluidità finanziaria, la redditività economica, la solidità patrimoniale. In questa fase di taglio alle risorse e di ridefinizione delle circoscrizioni territoriali e delle funzioni, appare quanto mai strategico migliorare l'efficacia di impiego delle risorse attraverso analisi e valutazione di quelle destinate ai servizi, allo scopo di massimizzare la parte destinata alla promozione economica del territorio, assicurando nel contempo la solidità patrimoniale e l'equilibrio economico e finanziario. Dal lato delle fonti di finanziamento, occorre efficientare la riscossione delle entrate e ricercare nuove fonti, attraverso attività e progetti in convenzione/cofinanziamento.				
Programma (D.M. 27/03/2013)	032/003 – Servizi e affari generali delle amministrazioni pubbliche				
Risorse economiche	€ 520.238,54				
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021	Target anno 2022	Target anno 2023
Kpi3.1_001 % incasso diritto annuale alla scadenza Tipologia: efficacia Peso: 20%	Ammontare Diritto annuale anno t incassato nell'anno al netto di interessi e sanzioni/Voce C.Economico A1 Diritto annuale (al netto di interessi e sanzioni) Fonte: Bilancio consuntivo	66%	>= 68%	>= 68%	>= 68%
Kpi3.1_002 % incassi tramite ravvedimento operoso Tipologia: efficacia Peso: 20%	Totale incassato nell'anno da diritto annuale dell'anno e degli anni precedenti dopo la scadenza e prima dell'emissione dei ruoli (al netto di interessi e sanzioni)/Credito non riscosso alla scadenza per diritto anno corrente+credito non riscosso all'1/1 dell'anno per diritti anni precedenti per i quali non sono ancora stati emessi i ruoli Fonte: Infocamere	3%	>= 9,58%	>= 9,58%	>= 9,58%

Kpi3.1_003 Equilibrio economico della gestione corrente Tipologia: salute economica Peso: 20%	Oneri correnti/Proventi correnti Fonte: Bilancio consuntivo	Dato annuale	<= 113%	In base al bilancio preventivo approvato	In base al bilancio preventivo approvato
Kpi3.1_004 Margine di struttura primario Tipologia: salute economica Peso: 20%	Patrimonio netto/Immobilizzazioni Fonte: bilancio consuntivo	Dato annuale	>= 80%	>= 80%	>= 80%
Kpi3.1_005 Indice di liquidità immediata Tipologia: salute economica Peso: 20%	Liquidità immediata/Passività correnti Fonte: bilancio consuntivo	Dato annuale	>1 e <2	>1 e <2	>1 e <2

Obiettivo strategico		OS3.2 GESTIONE E SVILUPPO RISORSE UMANE				
Descrizione	L'intervenuto processo di accorpamento con la Camera di Commercio di Terni rappresenta una sfida e una tappa fondamentale per riorganizzare tutta la struttura, in un'ottica di semplificazione e di valorizzazione delle professionalità: occorrerà dare attuazione ad un piano di riorganizzazione alla luce della fusione dei due enti camerali e investire sia sulla formazione di taglio specialistico, sia sul potenziamento delle competenze relative alle tecnologie digitali, sia sulle cosiddette soft skills (ossia abilità relazionali e competenze personali quali l'autonomia, la flessibilità, la capacità di problem solving, l'attitudine al lavoro in team, la gestione dello stress, l'efficacia comunicativa ecc.), sempre più fondamentali per una gestione dei processi efficace e di qualità.					
Programma (D.M. 27/03/2013)	032/003 – Servizi e affari generali delle amministrazioni pubbliche					
Risorse economiche	€ 258.948,12					
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021	Target anno 2022	Target anno 2023	
Kpi3.2_001 Dimensionamento del personale rispetto al bacino di imprese Tipologia: struttura Peso: 50%	Totale addetti (tutte le forme contrattuali, inclusa Azienda Speciale) x 1.000/(N° imprese attive + uu.II.) Fonte: Sipert-Movimprese	1,13	<= 1,18	<= 1,18	<= 1,18	
Kpi3.2_002 Grado di differenziazione della premialità Tipologia: efficacia Peso: 50%	Premio massimo/Premio medio Fonte: Determine dirigenziali	1,38 PG – 1,40 TR (Premi 2020 erogati nel 2021)	>= 1,50	>= 1,50	>= 1,50	

Obiettivo strategico		OS3.3 DIGITALIZZAZIONE DEI PROCESSI				
Descrizione	La Camera di Commercio dell'Umbria proseguirà lungo il percorso già tracciato di digitalizzazione e dematerializzazione dei flussi di lavoro, in conformità alle indicazioni contenute nelle Linee Guida e nel Piano Triennale per la Digitalizzazione della Pubblica Amministrazione emanati da AGID, in coerenza con i quali la Camera dovrà predisporre ed attuare il proprio Piano triennale per l'informatica. Le macro aree di intervento individuate da AGID riguardano la interoperabilità delle piattaforme informatiche (SPID, PAGO PA, ...), i siti istituzionali, la dematerializzazione del ciclo documentale sulla base delle nuove linee guida AGID e l'adozione di paradigma cloud. Il passaggio fondamentale consisterà nell'adozione di processi di lavoro 'nativi digitali', formati cioè da atti che nascono, vivono il proprio iter procedimentale e vengono conservati esclusivamente in forma immateriale, in un'ottica di risparmio di tempo assorbito, di risorse, di integrazione di tutti gli applicativi e di efficienza, legalità e trasparenza. Per conseguire tali obiettivi, la digitalizzazione dei processi richiederà la contestuale riorganizzazione degli stessi.					
Programma (D.M. 27/03/2013)	032/002 – Indirizzo politico					
Risorse economiche	€ 323.754,35					
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021	Target anno 2022	Target anno 2023	
Kpi3.3_001 Processi interni digitalizzati Tipologia: efficacia Peso: 100%	Numero processi interni digitalizzati Fonte: rilevazione interna	Dato non fornito	solo monitoraggio	>= anno 2021	>= anno 2022	

Obiettivo strategico	OS3.4 ORIENTAMENTO DELLA GESTIONE ALLA PERFORMANCE				
Descrizione	<p>L'obiettivo è quello di orientare la macchina organizzativa al raggiungimento degli obiettivi prefissati, rendendola quanto più efficace ed efficiente possibile attraverso la riduzione dei costi operativi di erogazione dei servizi e il miglioramento della qualità dei servizi.</p> <p>Se la mission di ogni Camera di Commercio è quella di promuovere lo sviluppo equo e sostenibile del sistema delle imprese e del territorio di riferimento, il ciclo di programmazione, monitoraggio e misurazione delle performance va definito in funzione degli impatti generati dall'attuazione delle politiche sul benessere delle imprese e dell'economia locale, partendo da una elaborazione del Piano della Performance dal generale al particolare, programmando prima gli impatti attesi, funzionali alla mission, poi le performance organizzative di efficacia, efficienza e di economicità funzionali agli impatti, tenendo conto delle stato risorse dell'Ente (economiche, strumentali, umane) e provando a migliorarle. Nelle successive fasi di misurazione, valutazione e rendicontazione, occorrerà misurare e valutare il contributo delle performance organizzative e individuali al conseguimento degli impatti attesi, andando ad individuare il contributo delle performance realizzate al conseguimento della mission.</p> <p>In tale ambito la sperimentazione di un nuovo modello già avviata da Unioncamere in collaborazione con l'Università di Ferrara, vede coinvolte tre Camere di Commercio pilota tra cui la Camera di Perugia, che, a seguito dell'accorpamento, parteciperà in veste di Camera di Commercio dell'Umbria.</p>				
Programma (D.M. 27/03/2013)	032/002 – Indirizzo politico				
Risorse economiche	€ 199.198,84				
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021	Target anno 2022	Target anno 2023
Kpi3.4_001 % raggiungimento performance generale (sezione operativa) Tipologia: impatto Peso: 100%	Media ponderata delle percentuali di raggiungimento degli obiettivi operativi Fonte: Relazione sulla Performance	Dato annuale	>= 90%	>= 90%	>= 90%

Obiettivo strategico	OS3.5 TRASPARENZA E ANTICORRUZIONE				
Descrizione	<p>Promozione di maggiori livelli di trasparenza, fondamentale per la prevenzione della corruzione, che si deve tradurre in obiettivi organizzativi e individuali, in base a quanto previsto nel Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione e dell Trasparenza, assicurando una politica attiva di informazione di trasparenza dell'organizzazione così come delle sue decisioni e delle sue attività nei confronti di tutti gli stakeholder, nonché lo sviluppo di interventi a favore della cultura della legalità e dell'integrità.</p> <p>Già dal Piano Nazionale Anticorruzione 2019 predisposto da ANAC è prevista espressamente la necessità di un coordinamento e di una integrazione del Piano Triennale de Prevenzione della Corruzione e della Trasparenza dell'Ente con gli strumenti di programmazione, misurazione e valutazione della performance.</p>				
Programma (D.M. 27/03/2013)	032/002 – Indirizzo politico				
Risorse economiche	€ 65.700,00				
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021	Target anno 2022	Target anno 2023
Kpi3.5_001 Indice sintetico di trasparenza Tipologia: efficacia Peso: 50%	Indice sintetico da attestazione annuale OIV Fonte: Attestazione annuale OIV	100%	100%	100%	100%
Kpi3.5_002 % attuazione misure previste nel PTPCT Tipologia: efficacia Peso 50%	N° misure attuate/N° misure previate nel PTPCT Fonte: Relazione annuale RPCT	* 47%	100%	100%	100%

* Il dato prende in considerazione solo le misure puntuali. Molte misure non sono puntuali, ma si applicano con continuità ai processi gestiti nel corso dell'anno. Vengono monitorate ma non sono state considerate nel conteggio di quelle già attuate. Verranno conteggiate a fine anno.

Obiettivo strategico		OS3.6 COMUNICAZIONE				
Descrizione		Il core business della comunicazione strategica e integrata sarà quello di favorire l'accesso ai servizi in tutte le sue declinazioni, migliorando in questo modo il posizionamento dell'Ente nel suo ruolo di istituzione al servizio delle imprese. In tal senso, l'approccio alla comunicazione dovrà tenere conto dei macro-cambiamenti culturali: stiamo assistendo infatti a una crescente digitalizzazione degli utenti, che interagiranno con l'Ente tramite i canali virtuali, il portale, i siti internet e, sempre più frequentemente, da smartphone. Pertanto, pur garantendo la multicanalità, requisito essenziale per garantire l'accesso a tutti ai servizi della PA, la Camera di Commercio dell'Umbria dovrà valorizzare i canali digitali. Si immaginano, pertanto, flussi di comunicazione sempre più differenziati a seconda della relazione e della conoscenza dell'utente. L'obiettivo è una comunicazione dinamica, orientata all'utenza, che sia in grado di trasformarsi con rapidità, includendo accanto a quelli tradizionali i canali di comunicazione emergenti e più efficaci. In quest'ottica il portale istituzionale, al pari degli strumenti di comunicazione più innovativa, dovrà veicolare un'immagine coerente, di un'unica grande Camera di Commercio, e garantire (attraverso periodici restyling e implementazioni) personalizzazioni e migliore fruibilità. Una comunicazione strategica per essere tale dovrà lavorare all'interno, rendendo più fluidi e integrati i processi finalizzati alla costruzione dei messaggi e al tempo stesso dovrà costruire alleanze con i diversi stakeholder e i media, allo scopo di veicolare un'identità riconoscibile e autorevole, anche nei confronti delle altre PA con cui l'Ente collabora.				
Programma (D.M. 27/03/2013)		032/002 – Indirizzo politico				
Risorse economiche		€ 593.842,44				
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021	Target anno 2022	Target anno 2023	
Kpi3.6_001 Accessi al sito Tipologia: efficacia Peso 0%	Numero accessi al sito web istituzionale Fonte:	45.329	Solo monitoraggio	> anno 2021	> anno 2021	
Kpi3.6_002 Utenti raggiunti tramite sistemi tipo CRM Tipologia: efficacia Peso 100%	Numero utenti raggiunti tramite sistemi tipo CRM Fonte: Ciao Impresa	+ 15%	>= + 2%	>= + 2%	>= + 2%	

Obiettivo strategico		OS3.7 SUPPORTO ALLA GOVERNANCE E AGLI ORGANI				
Descrizione		Favorire l'integrazione degli enti strumentali e la cooperazione sinergica con i vari soggetti pubblici e privati operanti sul territorio, attraverso il rafforzamento delle alleanze e la costruzione di nuove: da un nuovo Patto con le istituzioni pubbliche del territorio, per delineare spazi di azione e sinergie, ad un nuovo Patto tra sistema imprenditoriale, sistema formativo e Università, sul fronte dell'occupazione, dell'innovazione e della crescita economica. E' necessario migliorare i rapporti di collaborazione con la Regione, nel rispetto dei rispettivi ruoli e nella piena condivisione di azioni per il raggiungimento di obiettivi condivisi, attraverso la creazione di organismi snelli in grado di operare, con tempestività e in assenza di burocrazia e sovrastrutture, sui temi strategici quali l'internazionalizzazione delle imprese, l'innovazione e la digitalizzazione, il turismo, il supporto al placement e all'orientamento al lavoro e alle professioni, la semplificazione amministrativa. Progettare e attuare un riposizionamento strategico dell'Azienda Speciale Promocamera. Razionalizzare le partecipazioni possedute, confluite nella Camera di Commercio dell'Umbria a seguito de processo di fusione.				
Programma (D.M. 27/03/2013)		032/002 – Indirizzo politico				
Risorse economiche		€ 1.429.853,92				
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2020	Target anno 2021	Target anno 2022	Target anno 2023	
Kpi3.7_001 Alleanze/accordi/partnership Tipologia: efficacia Peso %: 100%	Numero alleanze/accordi/partnership stipulati nell'anno Fonte: rilevazione interna	* 7	>= 3	>= 3	>= 3	

* 1) Convenzione con Associazione Mirabilia Network per progetto Master universitario di primo livello in "Management del Patrimonio culturale per lo sviluppo turistico"

2) Convenzione con Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Perugia per lo svolgimento del tirocinio di formazione e orientamento degli studenti

- 3) Convenzione con Dipartimento di Giurisprudenza dell'Università degli Studi di Perugia per lo svolgimento del tirocinio di formazione e orientamento degli studenti
 - 4) Convenzione con Dipartimento di Economia dell'Università degli Studi di per lo svolgimento del tirocinio di formazione e orientamento degli studenti
 - 5) Convenzione con l'Università degli Studi di Perugia per TIROCINIO EXTRACURRICULARE
 - 6) Protocollo tra l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli e la Camera di Commercio dell'Umbria
 - 7) Convenzione con Associazione Mirabilia Network per l'attuazione del Progetto "Mirabilia - European Network of Unesco Sites"
-

3.2 - Programmazione annuale. Gli obiettivi operativi

RIEPILOGO

Obiettivi strategici	Obiettivi operativi	
OS1.1 Turismo e promozione del territorio	OP 1.1.1 Progetto Turismo (+ 20% Dir. Ann.)	<i>Peso: 60%</i>
	OP 1.1.2 Valorizzazione territorio e filiere produttive	<i>Peso: 40%</i>
OS1.2 Internazionalizzazione delle imprese	OP 1.2.1 Progetto preparazione ai mercati internaz.li (+20% Dir. Ann.)	<i>Peso: 100%</i>
OS1.3 Digitalizzazione e Innovazione	OP 1.3.1 Progetto P.I.D. (+ 20% Dir. Ann.)	<i>Peso: 100%</i>
O.S.1.4 Formazione, Lavoro e Imprenditorialità	OP 1.4.1 Progetto Formazione Lavoro (+ 20% Dir. Ann.)	<i>Peso: 70%</i>
	OP 1.4.2 Supporto alla nuova imprenditorialità (sportelli per l'impresa)	<i>Peso: 30%</i>
OS2.1 Semplificazione amministrativa	OP 2.1.1 Servizi alle imprese: pubblicità legale	<i>Peso: 60%</i>
	OP 2.1.2 Semplificazione	<i>Peso: 40%</i>
OS2.2 Ecosistema sostenibile	OP 2.2.1 Rafforzamento vigilanza e strumenti a garanzia della trasparenza e regolarità del mercato	<i>Peso: 25%</i>
	OP 2.2.2 Promozione ambiente e sviluppo sostenibile	<i>Peso: 30%</i>
	OP 2.2.3 Valorizzazione banche dati e informazione economico-statist.	<i>Peso: 45%</i>
OS3.1 Miglioramento gestione risorse economiche e finanziarie e patrimoniali	OP 3.1.1 Efficientamento riscossione entrate e ricerca nuove fonti	<i>Peso: 50%</i>
	OP 3.1.2 Mantenimento equilibrio economico-patrimoniale-finanziario e valorizzazione patrimonio immobiliare	<i>Peso: 50%</i>
OS3.2 Gestione e sviluppo risorse umane	OP 3.2.1 Riorganizzazione servizi camerali a seguito fusione	<i>Peso: 50%</i>
	OP 3.2.2 Organizzazione e sviluppo competenze in rapporto alle funzioni post-riforma e fusione	<i>Peso: 50%</i>
OS3.3 Digitalizzazione dei processi	OP 3.3.1 E-government e transizione al digitale: efficientamento e digitalizzazione dei processi	<i>Peso: 100%</i>
OS3.4 Orientamento della gestione alla performance	OP 3.4.1 Implementazione strumenti di performance management per la CCAA dell'Umbria	<i>Peso: 100%</i>
OS3.5 Trasparenza e Anticorruzione	OP 3.5.1 Implementaz. Piano Triennale Trasparenza e Anticorruzione	<i>Peso: 100%</i>
OS3.6 Comunicazione	OP 3.6.1 Comunicazione multicanale e marketing dei servizi	<i>Peso: 100%</i>
OS3.7 Supporto alla governance e agli organi	OP 3.7.1 Rafforzamento delle alleanze con gli attori istituzionali	<i>Peso: 100%</i>

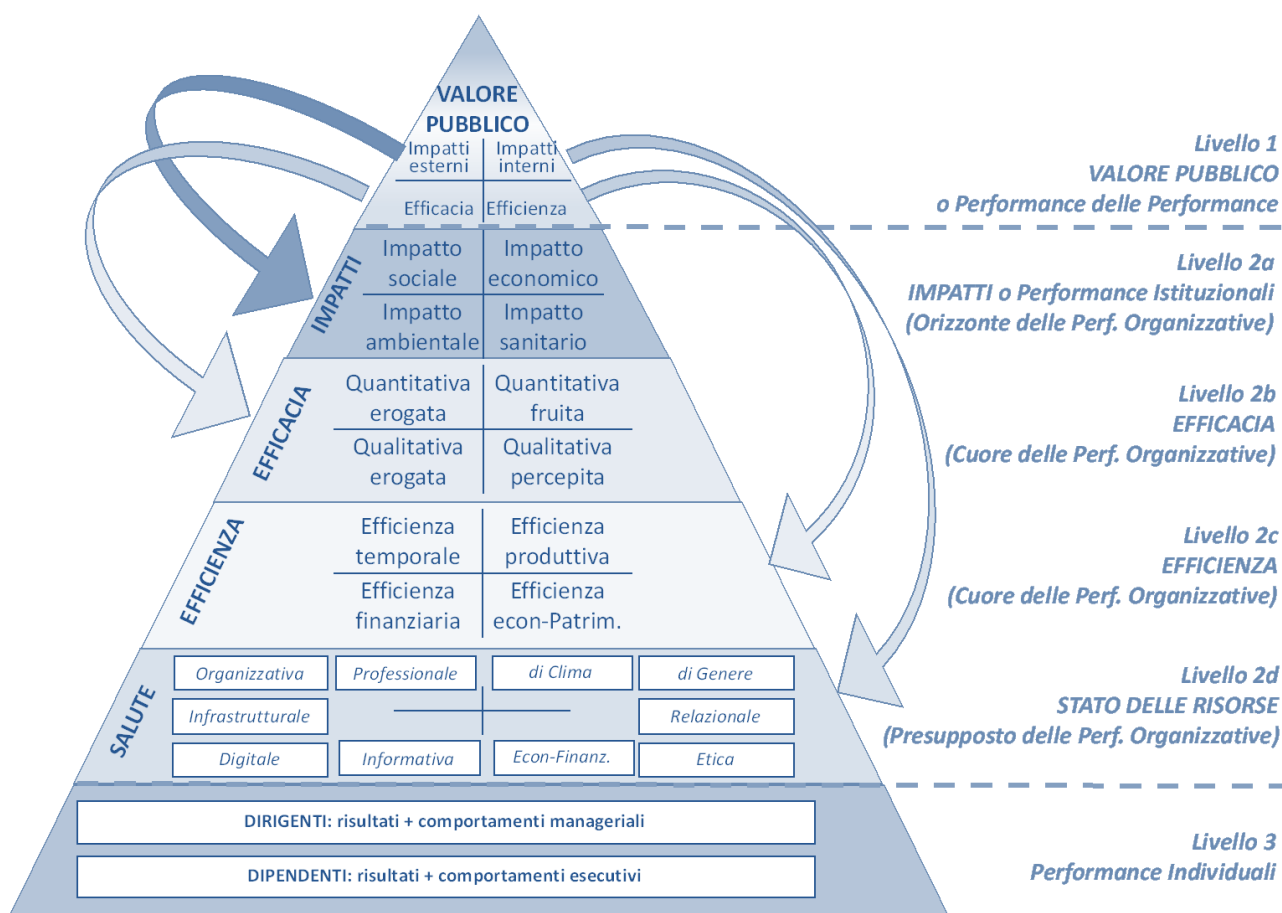
Per le schede dettagliate degli obiettivi operativi si rinvia all'allegato 1 al presente Piano.

3.3 – Programmazione e misurazione del valore pubblico creato-sperimentazione

Al fine di accrescere la capacità della Camera di Commercio di programmare, misurare, valutare e rendicontare le proprie performance verso il miglioramento del benessere delle imprese e degli stakeholder, occorre finalizzare le proprie performance verso la generazione di **Valore pubblico**.

Per **Valore Pubblico** s'intende l'**insieme dinamico degli impatti prodotti dalle politiche e dai servizi della Camera sul livello di benessere delle imprese e degli stakeholder**, in risposta ai loro bisogni.

Si tratta di un approccio che fa riferimento a un "modello di *Public Value Governance*" e che poggia sulla metodologia della "Piramide del Valore pubblico". Quest'ultima consente di governare i flussi di generazione del valore tramite una logica di accumulazione progressiva fondata sulla valutazione coordinata degli indicatori contenuti nei vari livelli della performance. Il valore si accumula progressivamente di livello in livello e trova la sua misura sintetica nel primo.



La Camera di Commercio genera Valore Pubblico (livello 1) quando:

- (livello 2a) impatta positivamente sul benessere esterno, migliorando il benessere specifico di imprese e stakeholder;
- (livello 2b) orienta le performance organizzative di efficacia verso il miglioramento degli impatti;
- (livello 2c) orienta le performance organizzative di efficienza verso il miglioramento degli impatti;
- (livello 2d) impatta positivamente sulla salute interna delle risorse dell'ente, contribuendo al mantenimento e al miglioramento della salute istituzionale;
- (livello 3) orienta le performance individuali dei dirigenti e dei dipendenti verso il miglioramento di quelle organizzative.

La metodologia illustrata è oggetto di sperimentazione avviata da Unioncamere con un gruppo pilota di Camere di Commercio, tra cui la Camera di Commercio di Perugia, confluita, a seguito della fusione, nella Camera di Commercio dell'Umbria. Per testare la metodologia è stato concordato con Unioncamere di applicarla su due obiettivi strategici, individuati nella Innovazione, Digitalizzazione e nella Formazione, Lavoro.

Le tabelle che seguono riportano gli indicatori selezionati per la programmazione e la successiva misurazione del Valore Pubblico creato.

L'individuazione dei target, delle baseline (che dovranno tenere conto dei valori registrati nel 2020 dalle due Camere di Commercio che si sono accorpate) e dei pesi sarà oggetto di successiva analisi e integrazione al presente Piano.

Obiettivo strategico DIGITALIZZAZIONE E INNOVAZIONE

DIMENSIONE	TIPOLOGIA	DESCRIZIONE	FORMULA	PESO	BASELINE indicatore (valore anno 2020)	TARGET anno 2021	Peggior performance =0	Miglior performance +100
IMPATTI	IMPATTO	Conseguenze sui processi di digitalizzazione a seguito supporto PID	N° imprese che hanno fatto questionario di self-assessment o Zoom che hanno incrementato il loro livello di digitalizzazione *100/ N° imprese che hanno fatto questionario di self-assessment o Zoom				0%	100%
		Diffusione del cassetto digitale presso le imprese	% di imprese iscritte al Registro delle imprese che utilizzano il cassetto digitale				0%	100%
EFFICACIA	QUALITA' PERCEPITA	Indice di CS imprese fruitrici del supporto alla digitalizzazione	Punteggio medio conseguito su indagini di CS / Punteggio massimo teorico				0%	100%
	QUANTITA' EROGATA	Assessment maturità digitale	$(N^{\circ}$ questionari di assessment e zoom su maturità digitale elaborati anno n - N° questionari di assessment e zoom su maturità digitale elaborati anno n-1) / N° questionari di assessment e zoom su maturità digitale elaborati anno n-1				-100%	100%
		Ammontare medio contributi-voucher erogati	$((N^{\circ}$ contributi-voucher erogati anno n / Totale somme erogate anno n) - $(N^{\circ}$ contributi-voucher erogati anno n-1 / Totale somme erogate anno n-1)) / $(N^{\circ}$ contributi-voucher erogati anno n-1 / Totale somme erogate anno n-1)				-100%	100%
	QUANTITA' FRUITA	Imprese supportate nella digitalizzazione	$(N^{\circ}$ imprese supportate nella digitalizzazione dalla Camera nell'anno n - N° imprese supportate nella digitalizzazione dalla Camera nell'anno n-1) / N° imprese supportate nella digitalizzazione dalla Camera nell'anno n-1				-100%	100%
Imprese partecipanti a corsi di formazione sulla digitalizzazione		$(N^{\circ}$ imprese partecipanti a corsi di formazione sulla digitalizzazione organizzati o finanziati dalla CCIAA nell'anno n - N° imprese partecipanti a corsi di formazione sulla digitalizzazione organizzati o finanziati dalla CCIAA nell'anno n-1) / N° imprese partecipanti a corsi di formazione sulla digitalizzazione organizzati o finanziati dalla CCIAA nell'anno n-1				-100%	100%	
EFFICIENZA	EFFICIENZA ECONOMICA	Costo medio unitario gestione Digitalizzazione imprese	variazione Oneri sostenuti per la Digitalizzazione delle Imprese / N° imprese coinvolte				100%	-100%
	EFFICIENZA GESTIONALE	Utilizzo risorse destinate alla Digitalizzazione delle imprese	Oneri sostenuti per iniziative di supporto alla Digitalizzazione delle imprese * 100 / Risorse stanziati per iniziative di supporto alla Digitalizzazione delle Imprese				0%	100%
	EFFICIENZA PRODUTTIVA	Adeguatezza del personale dedicato ai servizi di Digitalizzazione delle imprese	variazione FTE dedicate ai servizi di digitalizzazione delle imprese / Fabbisogno standard per servizi obbligatori su Digitalizzazione (definito da Unioncamere)				-100%	100%
	EFFICIENZA TEMPORALE	Tempo medio assegnazione voucher digitalizzazione	variazione N° medio giorni intercorrenti tra la scadenza del bando e l'assegnazione dei voucher digitalizzazione				100%	-100%
SALUTE DELLE RISORSE	UMANE	Dimensionamento del personale dedicato ai servizi di Digitalizzazione dell'impresa rispetto al bacino di imprese	Σ FTE dedicati ai servizi di digitalizzazione delle imprese (CCIAA+AS) / Valore mediano FTE dedicati ai servizi di digitalizzazione delle imprese (CCIAA+AS) del cluster dimensionale				0%	100%
		Adeguatezza profili di competenze del personale dedicato ai servizi di digitalizzazione delle imprese (personale formato)	Unità di personale formato sulla digitalizzazione delle imprese tema * 100 / Unità di personale adibito al servizio Digitalizzazione delle imprese				0%	100%
	DIGITALI	Accesso da remoto ai servizi di supporto alla Digitalizzazione delle imprese	% di servizi per supporto alla Digitalizzazione delle imprese accessibili da remoto				0%	100%
	INFORMATIVE	Comunicazione iniziative tramite canali di informazione dell'ente	N° iniziative veicolate tramite i principali canali di comunicazione dell'Ente / N° iniziative realizzate				0%	100%
	ECONOMICHE	Copertura oneri servizio Digitalizzazione delle imprese	Oneri per servizio Digitalizzazione delle imprese * 100 / Proventi per Digitalizzazione delle imprese				0%	100%
	RELAZIONALI	Collaborazione con Digital Innovation Hub e Competence Center	N° imprese indirizzate verso DIH, CC e altri partners/ N° imprese entrate in contatto con il PID				0%	100%
	INFRASTRUTTURALI	adeguatezza risorse strumentali digitali	N° di PC con requisiti prestazionali adeguati / N° di PC				0%	100%

Obiettivo strategico FORMAZIONE LAVORO E IMPRENDITORIALITA'

DIMENSIONE	TIPOLOGIA	DESCRIZIONE	FORMULA	PESO	BASELINE indicatore (valore anno 2020)	TARGET anno 2021	Peggior performance =0	Miglior performance +100	
IMPATTI	IMPATTO SOCIALE	Riduzione mismatch domanda/offerta lavoro	N° contatti tramite piattaforma di placement / N° studenti iscritti alla piattaforma				0%	100%	
EFFICACIA	QUALITA' PERCEPITA	Indice di CS studenti e/o scuole	Punteggio medio conseguito su indagini di CS / Punteggio massimo teorico				0%	100%	
	QUANTITA' EROGATA	Eventi di sensibilizzazione	(N° eventi organizzati nell'anno N - N° eventi organizzati nell'anno n-1) / N° eventi organizzati nell'anno n-1				-100%	100%	
	QUANTITA' FRUITA	Imprese iscritte al Registro per l'alternanza scuola-lavoro	N° imprese iscritte al RASL * 1000 / Σ imprese iscritte al Registro Imprese del territorio di competenza					0%	100%
		Studenti coinvolti nei percorsi di alternanza Scuola/Lavoro	N° studenti ultimo triennio scuole secondarie di secondo grado coinvolti in azioni della CCIAA * 100 / Σ studenti ultimo triennio scuole secondarie di secondo grado					0%	100%
		Imprese beneficiarie dei contributi/voucher per l'orientamento al lavoro	Σ Imprese beneficiarie dei contributi/voucher per l'orientamento * 1000 / Σ imprese iscritte al Registro Imprese del territorio di competenza				0%	100%	
EFFICIENZA	EFFICIENZA ECONOMICA	Costo medio unitario gestione Alternanza	variazione Oneri sostenuti per l'Alternanza scuola-lavoro / N° studenti coinvolti				100%	-100%	
	EFFICIENZA GESTIONALE	Utilizzo risorse destinate all'Orientamento al lavoro e alle professioni	Oneri sostenuti per iniziative di Orientamento al lavoro e alle professioni * 100 / Risorse stanziare per iniziative di Orientamento al lavoro e alle professioni				0%	100%	
	EFFICIENZA PRODUTTIVA	Adeguatezza del personale dedicato ai servizi di Orientamento al lavoro e alle professioni	variazione FTE dedicate ai servizi di Orientamento al lavoro e alle professioni / Fabbisogno standard per servizi obbligatori su Orientamento (definito da Unioncamere)				-100%	100%	
	EFFICIENZA TEMPORALE	Tempo medio assegnazione voucher alternanza	N° medio giorni intercorrenti tra la scadenza del bando e l'assegnazione dei voucher alternanza				100%	-100%	
SALUTE DELLE RISORSE	UMANE	Dimensionamento del personale dedicato ai servizi di Orientamento al lavoro rispetto al bacino di imprese	Σ FTE dedicati ai servizi di digitalizzazione delle imprese (CCIAA+AS) / Valore mediano FTE dedicati ai servizi di orientamento al lavoro (CCIAA+AS) del cluster dimensionale				0%	100%	
		Adeguatezza profili di competenze del personale dedicato ai servizi di Orientamento al lavoro e alle professioni (personale formato)	Unità di personale formato sul tema * 100 / Unità di personale adibito al servizio Orientamento al lavoro e alle professioni				0%	100%	
	ECONOMICHE	Copertura oneri servizio Orientamento al lavoro e alle professioni	Oneri per servizio Orientamento al lavoro e alle professioni * 100 / Proventi per Orientamento al lavoro e alle professioni				0%	100%	
	DIGITALI	Accesso da remoto ai servizi di Orientamento al lavoro	% di servizi di Orientamento al lavoro accessibili da remoto				0%	100%	
	INFORMATIVE	Comunicazione iniziative tramite canali di informazione dell'ente	N° iniziative veicolate tramite i principali canali di comunicazione dell'Ente / N° iniziative realizzate				0%	100%	
	RELAZIONALI	Scuole coinvolte dalla Camera di Commercio	Σ scuole (Istituti tecnici, professionali, licei) coinvolte * 100 / Σ scuole (Istituti tecnici, professionali e licei) presenti sul territorio di competenza				0%	100%	
	INFRASTRUTTURALI	Adeguatezza risorse strumentali digitali	N° di PC con requisiti prestazionali adeguati / N° di PC				0%	100%	

Nella individuazione degli indicatori, particolare attenzione va posta nella ricerca di indicatori in grado di misurare l'impatto direttamente riferibile all'attuazione delle politiche della Camera di Commercio, come già richiamato nella sezione relativa all'Albero della Performance.

Sugli indicatori di impatto presenti nelle banche dati ISTAT o in alcuni Osservatori regionali/nazionali, così come sui BES e gli SDGs, l'impatto dalla singola Camera di Commercio risulta invece essere troppo esiguo (spesso nullo) per poterne influenzare il valore. Ciò, tuttavia, potrebbe non valere se si considerassero gli impatti dell'intero sistema camerale nazionale.

Il monitoraggio di alcuni di questi indicatori a livello di sistema camerale avrebbe la funzione di orientare la programmazione di sistema di Unioncamere al miglioramento delle performance nazionali sulle politiche perseguite dagli enti camerali e, quindi, alla creazione di maggiore Valore Pubblico da parte dell'intero sistema camerale. In altre parole, l'adozione di indicatori di riferimento da parte di Unioncamere permetterebbe di misurare gli impatti delle politiche perseguite a livello nazionale dalla filiera costituita da tutte le Camere di Commercio, le loro Aziende Speciali, le Unioni Regionali e dalle agenzie di sistema.

3.4 – Analisi di genere

Principali indicatori	Anno 2021
% di Dirigenti donne	33%
% di Donne rispetto al totale del personale	61,4%
% di personale femminile assunto a tempo indeterminato	100%
Età media del personale femminile	54,6 anni
Età media del personale maschile	53,7 anni
% di personale femminile laureato rispetto al totale del personale femminile	60,8%
% di personale maschile laureato rispetto al totale del personale maschile	46,9%

Personale per sesso e titolo di studio	Lic.Media	Diploma	Laurea	Totale	% laureati
Uomini	3	12	15	30	50,0%
Donne	-	16	31	47	66,0%
Totale	3	28	46	77	

Personale per sesso e classi di età	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56-60	61-65	Totale	%
Uomini	1	-	2	2	8	12	5	30	38,0%
Donne	-	1	1	3	20	19	3	47	59,5%
Totale	1	1	3	5	28	31	8	77	97,5%

Personale per sesso e anzianità di servizio	<1	1-5	11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	Totale
Uomini	1	1	-	2	13	7	5	1	30
Donne	-	1	4	-	15	15	12	-	47
Totale	1	2	4	2	28	22	17	1	77

Trattandosi del primo anno di vita della C.C.I.A.A. dell'Umbria, l'analisi dei dati si limita all'anno corrente.

Al momento della redazione del Piano non è stato costituito il Comitato Unico di Garanzia (CUG) del nuovo ente camerale, né la RSU che dovrebbe essere rappresentata all'interno del CUG. Pertanto il Piano Triennale delle Azioni Positive, allegato al presente Piano, è stato redatto dalla sola parte datoriale e successivamente, qualora necessario, potrà essere oggetto di revisione.

4. DALLA PERFORMANCE ORGANIZZATIVA ALLA PERFORMANCE INDIVIDUALE

A seguito della nomina del Segretario Generale della Camera di Commercio di Perugia, si rende necessario aggiornare gli obiettivi assegnati all'azienda.

SEGRETARIO GENERALE – dott. Federico Sisti

Obiettivo individuale		Proposta riorganizzazione Camera di Commercio dell'Umbria		50%
Indicatore	Algoritmo	Target anno 2021		
Rispetto termine di scadenza per proposta macro-organizzazione	Termine di scadenza	Entro 60 gg. dalla data di nomina MiSE del Segr.Gen		
Rispetto termine di scadenza per proposta micro-organizzazione	Termine di scadenza	31/12/2021		
Obiettivo individuale		Ricognizione regolamenti camerali da approvare per la Camera dell'Umbria e programmazione attività conseguenti		50%
Indicatore	Algoritmo	Target anno 2021		
Rispetto termine di scadenza per ricognizione a programmazione attività	Data di scadenza	31/12/2021		
Bozze atti normativi e regolamentari predisposte	Numero bozze atti normativi e regolamentari predisposte entro l'anno	>= 2		

DIRIGENTE – dott. Mario Pera

Obiettivo individuale		Ricerca fonti di finanziamento esterno		25%
Indicatore	Algoritmo	Target anno 2021		
Progetti europei presentati	Numero progetti europei presentati	>= 5 (>= 2 riparametrato su frazione d'anno)		
Progetti Unioncamere e altri presentati	Numero progetti Unioncamere e altri presentati	>= 5		
Tasso di utilizzo cofinanziamenti approvati	Contributi incassati/Contributi approvati	>= 90%		
Obiettivo individuale		Efficientamento incassi diritto annuale da ravvedimento operoso		30%
Indicatore	Algoritmo	Target anno 2021		
Incassi da ravvedimento operoso	% incassi da ravvedimento operoso	>= 9,58%		
Obiettivo individuale		Digitalizzazione/Semplificazione dei servizi alle imprese		25%
Indicatore	Algoritmo	Target anno 2021		
Imprese aderenti al cassetto digitale	Variazione % imprese aderenti al cassetto digitale	+ 5%		

Servizi alle imprese digitalizzati	Numero servizi alle imprese digitalizzati nell'anno (variazione)	+ 4	
Obiettivo individuale Prevenzione della corruzione			20%
Indicatore	Algoritmo	Target anno 2021	
Costruzione Piano Triennale Prevenzione Corruzione e Trasparenza CCIAA dell'Umbria	Si/No	Si	
% attuazione misure previste nel Piano Prev. Corruz.	% attuazione misure previste nel Piano	100%	

DIRIGENTE – dott.ssa *Giuliana Piandoro*

Obiettivo individuale Ricerca fonti di finanziamento esterno			25%
Indicatore	Algoritmo	Target anno 2021	
Progetti europei presentati	Numero progetti europei presentati	≥ 5 (≥ 2 riparametrato su frazione d'anno)	
Progetti Unioncamere e altri presentati	Numero progetti Unioncamere e altri presentati	≥ 5	
Tasso di utilizzo cofinanziamenti approvati	Contributi incassati/Contributi approvati	$\geq 90\%$	
Obiettivo individuale Digitalizzazione/Semplificazione dei servizi alle imprese			20%
Indicatore	Algoritmo	Target anno 2021	
Imprese aderenti al cassetto digitale	Variazione % imprese aderenti al cassetto digitale	+ 5%	
Servizi alle imprese digitalizzati	Numero servizi alle imprese digitalizzati nell'anno (variazione)	+ 4	
Obiettivo individuale Prevenzione della corruzione			15%
Indicatore	Algoritmo	Target anno 2021	
Costruzione Piano Triennale Prevenzione Corruzione e Trasparenza CCIAA dell'Umbria	Si/No	Si	
% attuazione misure previste nel Piano Prev. Corruz.	% attuazione misure previste nel Piano	100%	
Obiettivo individuale Gestione associate dei servizi			15%
Indicatore	Algoritmo	Target anno 2021	
Convenzioni con altre CCiaa per la gestione associata di servizi	Numero convenzioni con altre CCiaa per la gestione associata di servizi	≥ 1	
Obiettivo individuale Omogeneizzazione procedure tra le due sedi territoriali			25%
Indicatore	Algoritmo	Target anno 2021	
Procedure rese omogenee	Numero procedure rese omogenee	≥ 2	

ALLEGATO 1 – SCHEDE DI DETTAGLIO OBIETTIVI OPERATIVI

AMBITO STRATEGICO 1 – SVILUPPO DELLE IMPRESE E DEL TERRITORIO

OBIETTIVO STRATEGICO 1.1 - TURISMO E PROMOZIONE DEL TERRITORIO			
Obiettivo operativo	OP 1.1.1 - PROGETTO TURISMO (+ 20% Dir. Ann.)		
Descrizione	<p>Promuovere ad un pubblico italiano ed internazionale le destinazioni “meno conosciute”, accomunate dal riconoscimento UNESCO e valorizzare i territori con il loro indissolubile intreccio di storia e cultura, tradizione e innovazione, artigianato artistico ed enogastronomia, attraverso un nuovo turismo culturale e itinerari d’eccellenza sostenibili.</p> <p>Potenziare la qualità della filiera turistica fornendo assistenza alle imprese sui temi della sostenibilità ambientale, del turismo accessibile, del turismo digitale, della qualità dei servizi turistici, valorizzando anche il nuovo Marchio Quality di ospitalità italiana. In questo filone rientra anche lo sviluppo di strategie di comunicazione e commercializzazione tramite il web e i diversi canali social attraverso il finanziamento di campagne promozionali per aiutare le imprese a posizionarsi rispetto alle “nuove” esigenze che il COVID-19 ha posto al turismo.</p>		
Unità organizzative coinvolte	Turismo, Cultura-Filiere produttive		
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021
kpi1.1.1_001 Bandi Tipologia: risultato Peso: 40%	N° bandi / 1. Fonte: rendicontazione Unioncamere	1	≥ 1
kpi1.1.1_002 Linee di attività Tipologia: risultato Peso: 30%	N° linee di attività attivate / 1 Fonte: rendicontazione Unioncamere	0	≥ 2
kpi1.1.1_003 Avvio aggiornamento Piattaforma naz.le ISNART entro il 31/12 Tipologia: risultato Peso: 20%	SI/NO Fonte: Piattaforma naz.le ISNART	* SI	SI

* Rientra tra le attività del FdP Unioncamere in scadenza a giugno 2022. L’aggiornamento della piattaforma potrà essere avviato entro il 31/12, ma non concluso, in quanto non sono ancora disponibili le risorse necessarie per attivare il progetto.

Obiettivo operativo		OP 1.1.2 - VALORIZZAZIONE TERRITORIO E FILIERE PRODUTTIVE	
Descrizione	Valorizzare e promuovere le eccellenze e le produzioni tipiche enogastronomiche, artigianali, rurali e sostenere la realizzazione di eventi sul territorio.		
Unità organizzative coinvolte	Turismo, Cultura-Filiere produttive – Servizi digitalizzazione imprese, Contributi iniziative di promozione del territorio		
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021
kpi1.1.2_001 Soggetti partecipanti a programmi camerali Tipologia: efficacia Peso: 70%	N° soggetti partecipanti a programmi camerali per la valorizzazione del territorio e delle filiere produttive / 1 Fonte: rilevazione interna	445	≥ 280
kpi1.1.2_002 Predisposizione bando per sostegno eventi entro il 30/08 Tipologia: risultato Peso: 30%	SI/NO Fonte: LWA	SI	SI

OBIETTIVO STRATEGICO 1.2 - INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE			
Obiettivo operativo		OP 1.2.1 - PROGETTO PREPARAZIONE PMI AI MERCATI INTERNAZIONALI (+ 20% Dir. Ann.)	
Descrizione	<p>Rispondere ai fabbisogni delle imprese già aperte a forme di internazionalizzazione “stabile” ma orientate comunque ad ampliare la propria presenza all’estero, fornendo alle PMI un’offerta integrata di servizi utili all’accompagnamento delle stesse verso i mercati esteri che fornisca anche una consapevolezza di tutte le opportunità del sistema nazionale per l’internazionalizzazione.</p> <p>Attraverso le attività di scouting, assessment e prima assistenza verrà attuato un contatto “porta a porta” con le aziende delle quali si valuterà l’effettivo grado di “prontezza” all’export, attraverso forme di autovalutazione. Saranno poi definite attività volte ad accrescere le competenze aziendali in tema di internazionalizzazione e a sviluppare e/o rafforzare il proprio business all’estero tramite un percorso personalizzato per ciascuna azienda.</p>		
Unità organizzative coinvolte	Internazionalizzazione		
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021
kpi1.2.1_001 Imprese coinvolte e valutate con assessment Tipologia: efficacia Peso: 70%	N° imprese coinvolte e valutate con assessment / 1 Fonte: Rendicontazione Unioncamere	3	≥10
kpi1.2.1_002 Imprese che hanno svolto attività promoz.estero anche con servizi digitali Tipologia: efficacia Peso: 30%	Imprese che hanno svolto attività promoz.estero anche con servizi digitali / 1 Fonte: Rendicontazione Unioncamere	8	≥3

OBIETTIVO STRATEGICO 1.3 - DIGITALIZZAZIONE E INNOVAZIONE			
Obiettivo operativo	OP 1.3.1 - PROGETTO P.I.D. (+ 20% Dir. Ann.)		
Descrizione	<p>Nel 2021 il PID (Punto Impresa Digitale), oltre a rafforzare le collaborazioni già esistenti con l'Università di Perugia, il Competence Center MADE di Milano, i DIH del territorio, lavorerà per attivare nuove partnership con altri attori del network i4.0 per offrire alle imprese una gamma di servizi di informazione e assistenza più diversificata e rispondente alle varie esigenze da loro espresse.</p> <p>Uno degli strumenti più utili che il PID mette a disposizione è l'assessment tool, una metodologia di analisi utile a misurare il posizionamento digitale di un'impresa e la sua capacità di introdurre tecnologie abilitanti in grado di modificare e migliorare il proprio modello di business. Un passaggio chiave, questo, per ricevere le informazioni e l'assistenza più idonea.</p> <p>La Camera di Commercio, sempre attraverso il PID di entrambe le sedi di Perugia e Terni, realizzerà nel 2021 anche il progetto Eccellenze in Digitale, promosso e organizzato a livello nazionale da Unioncamere e Google, per supportare le imprese attraverso la conoscenza delle tecniche di web e digital marketing sempre più importanti in questo periodo di crisi per migliorare la competitività aziendale.</p> <p>Altro importante strumento di sistema che continuerà ad essere realizzato è il progetto Crescere in Digitale che permette agli iscritti a Garanzia Giovani di migliorare le proprie competenze digitali e accedere a tirocini presso le imprese che attraverso queste figure appositamente formate possono migliorare la propria presenza online.</p>		
Unità organizzative coinvolte	Servizi digitalizzazione imprese, Contributi iniziative di promozione del territorio		
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021
kpi1.3.1_001 Eventi su digitale e transizione 4.0 Tipologia: efficacia Peso: 60%	N° eventi su digitale e transizione 4.0. / 1 Fonte: rendicontazione Unioncamere	*22	≥5
kpi1.3.1_002 Assessment su maturità digitale Tipologia: efficacia Peso: 40%	N° assessment su maturità digitale / 1 Fonte: rendicontazione Unioncamere	222	≥80

*n. 4 "Giugno in digitale", n.2 alfabetizzazione informatica, n.15 "Eccellenze in digitale"

OBIETTIVO STRATEGICO 1.4 - FORMAZIONE, LAVORO E IMPRENDITORIALITA'

Obiettivo operativo	OP 1.4.1 - PROGETTO FORMAZIONE LAVORO (+ 20% Dir. Ann.)		
Descrizione	<p>Per il 2021 le attività si indirizzeranno verso tre direttive:</p> <p>1) Attività di sensibilizzazione dei soggetti che svolgono le proprie attività nel settore dell'orientamento e dell'Alternanza (Ufficio Scolastico Regionale, Regione Umbria, ANPAL, Università, Dirigenti scolastici e Referenti PCTO degli istituti della Regione) circa la costituzione della Camera di Commercio dell'Umbria e consolidamento dei network esistenti con gli Enti camerali preesistenti. La Camera di Commercio dell'Umbria continuerà a mettere a disposizione del network gli indicatori del progetto Excelsior che verranno utilizzati sia come strumenti di orientamento in sede di definizione degli indirizzi di studi, sia per la definizione degli ambiti nei quali viene individuato un mismatch fra offerta e domanda di lavoro; verrà inoltre proseguita l'attività di affiancamento delle scuole nell'ambito dei progetti nazionali ed europei in tema di imprenditorialità, digitale, green economy o per altre tematiche di pertinenza dell'Ente camerale.</p> <p>2) Supporto alle imprese attraverso la riproposizione del Bando Voucher per le imprese che effettuano progetti di PCTO con le scuole della Regione, in particolare tirocini di Alternanza Scuola Lavoro.</p> <p>3) Realizzazione di percorsi di Alternanza e di Orientamento co-progettati con le scuole della regione: Progetti sull'imprenditorialità (Idee in Azione e Impresa in Azione), Laboratori sui temi dell'Imprenditorialità, Digitalizzazione, Green Economy e Alternanza Civica, Seminari di presentazione delle attività camerali.</p>		
Unità organizzative coinvolte	Incentivi alle imprese-Orientamento al lavoro e alle professioni		
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021
kpi1.4.1_001 Azioni di supporto e ricerca risorse umane, formazione Tipologia: risultato Peso: 50%	N° azioni di supporto e ricerca risorse umane, formazione / 1 Fonte: rendicontazione Unioncamere	4	≥5
kpi1.4.1_002 Bandi contributi/Voucher Tipologia: risultato Peso: 50%	N° bandi contributi/voucher digitale / 1 Fonte: Rendicontazione Unioncamere	1	≥1

Obiettivo operativo	OP 1.4.2 - SUPPORTO ALLA NUOVA IMPRENDITORIALITA' (SPORTELLI PER L'IMPRESA)		
Descrizione	<p>Sostenere l'iniziativa imprenditoriale sul territorio, favorendo la creazione di start up e la crescita d'impresa, attraverso servizi informativi e formativi di supporto alla nuova imprenditorialità, in particolare all'imprenditorialità giovanile, femminile e nei settori innovativi. Riguardo alla creazione e allo start up di impresa, grazie alla collaborazione dell'Azienda Speciale Promocamera, sarà fornito un servizio di informazione e primo orientamento, attraverso lo sportello nuova impresa a sostegno degli aspiranti imprenditori nell'avvio di una nuova attività e saranno organizzati seminari e convegni per la diffusione della cultura manageriale e della conoscenza sulle opportunità a sostegno della nuova imprenditoria.</p>		
Unità organizzative coinvolte	Azienda Speciale Promocamera - Incentivi alle imprese-Orientamento al lavoro e alle professioni		
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021
kpi1.4.2_001 Contatti agli sportelli Tipologia: efficacia Peso: 100%	N° contatti agli sportelli per l'impresa / 1 Fonte: rilevazione interna Azienda Speciale	20	≥100

AMBITO STRATEGICO 2 – SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA E REGOLAZIONE DEL MERCATO

OBIETTIVO STRATEGICO 2.1 - SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA			
Obiettivo operativo	OP 2.1.1 -SERVIZI ALLE IMPRESE: PUBBLICITÀ LEGALE		
Descrizione	Assicurare celerità di aggiornamento e qualità dei dati del Registro Imprese resi pubblici, in quanto solo una banca dati con tali caratteristiche può offrire informazioni e conoscenze sul sistema economico sempre attendibili e aggiornate e quindi funzionali/utili agli operatori sul mercato. Particolare attenzione sarà rivolta ai tempi di evasione delle pratiche e alla omogeneità, trasparenza, accessibilità e semplificazione nella gestione delle procedure del Registro Imprese delle due sedi territoriali.		
Unità organizzative coinvolte	Uffici Registro Imprese - Artigianato		
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021
Kpi2.1.1_001 Tempo medio lavorazione pratiche telematiche Registro Imprese Tipologia: qualità Peso: 70%	N° medio gg. intercorrenti dalla data di presentazione dell'istanza di iscrizione al Registro Imprese alla data di iscrizione (escluso periodo di sospensione) Fonte: Infocamere	4,2 gg.	<= 6 gg.
Kpi2.1.1_002 Giacenza Registro Imprese Tipologia: efficacia Peso: 30%	(Numero richieste di iscrizione pervenute e non evase + richieste iscrizione sospese e regolarizzate ma in attesa di evasione) x 100 / (Totale richieste di iscrizione pervenute) Fonte: Infocamere	0,1%	<= 10%

Obiettivo operativo	OP 2.1.2 - SEMPLIFICAZIONE		
Descrizione	La Camera dell'Umbria si impegnerà in azioni di sensibilizzazione e di impulso all'utilizzo da parte di altre PA di piattaforme uniche ed interoperabili e nella promozione presso le imprese dell'utilizzo del cassetto digitale. La Camera di Commercio offrirà, inoltre, alle imprese una pluralità di servizi online, in collaborazione con Infocamere, che anche per i prossimi anni saranno in continua crescita ed evoluzione.		
Unità organizzative coinvolte	Servizi alle imprese – REA, attività regolamentate e Bilanci		
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021
Kpi2.1.2_001 Servizi erogabili on-line (variazione) Tipologia: qualità Peso: 100%	Numero nuovi servizi erogabili on line / 1 Fonte: rilevazione interna	*5	≥ 4

* Firma digitale, Certificati estero, Esami mediatori, Carte tachigrafiche, Formulari rifiuti

OBIETTIVO STRATEGICO 2.2 - ECOSISTEMA SOSTENIBILE

Obiettivo operativo OP 2.2.1 - RAFFORZAMENTO VIGILANZA E STRUMENTI A GARANZIA TRASPARENZA E REGOLARITÀ DEL MERCATO

Descrizione

Il ruolo della Camera di Commercio quale pubblica amministrazione deputata a tutelare la regolarità delle attività del mercato e, in definitiva, la legalità delle dinamiche economiche è confermato dalle funzioni previste dalla legge di riforma del sistema camerale D. Lgs. n.219/2016. Tra le attività poste in essere dall'Ente camerale finalizzate alla regolazione del mercato, rientra l'attività di metrologia legale, che si estrinseca in una serie di controlli finalizzati alla tutela del consumatore e della fede pubblica. L'attuale ruolo degli Uffici Metrici delle Camere di Commercio è un ruolo sia di controllo rivolto agli strumenti immessi nel mercato della UE a tutela del rispetto delle Direttive europee ad essi applicabili, finalizzate alla sicurezza dei prodotti e al rispetto delle normative in materia di etichettatura e informativa al consumatore, sia di sorveglianza sui soggetti autorizzati ad effettuare verifiche metrologiche che in passato erano svolte dagli ispettori metrici camerale.

La necessità di ridurre il contenzioso giudiziario rende necessario promuovere sempre più strumenti di soluzione delle controversie alternativi rispetto a quella giudiziale, avvalendosi in particolare dei servizi di mediazione, che comportano un notevole risparmio in termini di tempi e costi rispetto alla giustizia ordinaria.

Tra le attività poste in essere dall'Ente camerale finalizzate alla trasparenza del mercato e alla tutela del consumatore, rientrano anche la gestione del Registro Informatico dei Protesti e il supporto alle operazioni e concorsi a premio, mentre a tutela della proprietà industriale la Camera di Commercio offre un servizio sia di orientamento per la protezione di un Brevetto, Modello di utilità, Marchio, disegno e per la tutela di altri diritti di proprietà intellettuale, sia di supporto e informazione nelle istanze di deposito/registrazione di marchi e brevetti, anche tramite la consultazione delle banche dati nazionali per verificare l'esistenza di marchi, brevetti e modelli simili.

Unità organizzative coinvolte

Arbitrato, Mediazione e OCRI – Protesti e Legalità - Metrologia legale, vigilanza prodotti, metalli preziosi, -Metrologia legale, vigilanza strumenti, centri tecnici - Marchi, brevetti e sanzioni

Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021
Kpi2.2.1_001 Mediazioni gestite nell'anno Tipologia: efficacia Peso: 10%	N° mediazioni gestite nell'anno / 1 Fonte: Concilia	Dato non fornito	≥120
Kpi2.2.1_002 Tempo medio evasione istanze cancellaz./annotaz. Protesti Tipologia: qualità Peso: 20%	N° medio gg. intercorrenti tra la presentazione dell'istanza di cancellazione/annotazione protesti e la data di cancellazione/annotazione nel registro informatico dei protesti Fonte: Registro Informatico Protesti (REPR)	3 gg. PG 10 gg. TR	<= 12 gg.
Kpi2.2.1_003 Controlli (ispezioni) sui prodotti Tipologia: efficacia Peso: 20%	N° controlli di sorveglianza sui prodotti / 1 Fonte: rilevazione interna	61	>= 24
Kpi2.2.1_004 Controlli su centri tachigrafici Tipologia: efficacia Peso: 20%	N° centri tachigrafici controllati/N° centri tachigrafici Fonte: Eureka	80% PG 100% TR	100%
Kpi2.2.1_005 Verbalì su concorsi a premio Tipologia: efficacia Peso: 20%	N° verbalì su concorsi a premio / 1 Fonte: verbalì	197	>= 180
Kpi2.2.1_006 Istanze deposito/rinnovo marchi e brevetti Tipologia: efficacia Peso: 10%	N° istanze deposito/rinnovo marchi e brevetti gestite Fonte: banca dati IUBM	557	>= 450

AMBITO STRATEGICO 3 – STATO DI SALUTE DELL'ENTE

OBIETTIVO STRATEGICO 3.1 - MIGLIORAMENTO GESTIONE RISORSE ECONOMICHE, FINANZIARIE E PATIMONIALI			
Obiettivo operativo	OP 3.1.1 - EFFICIENTAMENTO RISCOSSIONE ENTRATE E RICERCA NUOVE FONTI		
Descrizione	<p>Dall'esame dei dati emersi sull'andamento della riscossione del diritto annuale, affiora la tendenza ad una progressiva diminuzione degli incassi sia in termini di riscossione spontanea sia negli importi dei ruoli riversati dall'incaricato della riscossione. Oltre a cercare di individuare le cause di questi mancati pagamenti, tra cui sicuramente la crisi economica in atto e le normative sulla sospensione delle cartelle esattoriali, occorre mettere in campo iniziative volte a contrastarne, in qualche misura, le conseguenze, sollecitando le imprese all'utilizzo dell'istituto del 'ravvedimento operoso' e in seconda istanza nell'emissione dei ruoli per i soggetti rimasti tuttavia morosi.</p> <p>Dal lato delle fonti di finanziamento, occorre ricercare nuove fonti, attraverso attività e progetti in convenzione/cofinanziamento. In questo ambito, tra i fondi Comunitari, i programmi a gestione diretta della Commissione Europea rappresentano una importante opportunità per lo sviluppo di iniziative transnazionali a beneficio dell'economia e delle imprese regionali, su temi importanti come l'imprenditorialità, il turismo, la formazione, la proprietà intellettuale e altro ancora, consentendo di reperire risorse da poter investire in altre iniziative su cui l'Ente camerale svolge quotidianamente il proprio ruolo. Analoga finalità riveste l'adesione a progetti di sistema promossi da Unioncamere e cofinanziati dal Fondo di Perequazione.</p>		
Unità organizzative coinvolte	Diritto Annuale, Progetti europei, uffici referenti dei progetti presentati		
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021
Kpi3.1.1_001 Contatti per promozione utilizzo ravvedimento operoso Tipologia: efficacia Peso: 25%	N° Contatti per promozione utilizzo ravvedimento operoso / 1 Fonte: rilevazione interna	2.183	≥3.000
Kpi3.1.1_002 Ruoli emessi Tipologia: efficacia Peso: 25%	N° ruoli emessi / 1 Fonte: Infocamere-Equitalia	1	≥1
Kpi3.1.1_003 Progetti presentati a valere su risorse comunitarie/nazionali Tipologia: efficacia Peso: 25%	N° Progetti presentati a valere su risorse comunitarie/nazionali, F/do Perequaz., altri Fonte: LWA	3 prog. europei 10 (FdP e maggioraz. Dir. Ann.)	>= 5 prog.europei (>=2 riparametr.su fraz.anno) >= 5 F/do Perequaz.e altri
Kpi3.1.1_004 Tasso utilizzo cofinanziamenti approvati Tipologia: efficacia Peso: 25%	Contributi incassati/Contributi approvati Fonte: bilancio consuntivo	*100%	>= 90%

* Su progetti FdP 2017-2018

Obiettivo operativo	OP 3.1.2 - MANTENIMENTO EQUILIBRIO ECONOMICO, PATRIMONIALE E FINANZIARIO E VALORIZZAZIONE PATRIMONIO IMMOBILIARE		
Descrizione	Per accrescere la probabilità di conseguire la mission e gli obiettivi strategici funzionali alla stessa, è fondamentale presidiare la salute economico-finanziaria e patrimoniale dell'ente, ovvero la fluidità finanziaria, la redditività economica, la solidità patrimoniale. In questa fase di taglio alle risorse e di ridefinizione delle circoscrizioni territoriali e delle funzioni, appare quanto mai strategico migliorare l'efficacia di impiego delle risorse, allo scopo di massimizzare la parte destinata alla promozione economica del territorio, assicurando nel contempo la solidità patrimoniale e l'equilibrio economico-finanziario, nonché interventi pianificati e sostenibili volti all'efficienza e all'economicità nell'utilizzo degli spazi e nel mantenimento di edifici.		
Unità organizzative coinvolte	Bilancio e fiscalità, Contabilità e gestione entrate, Gestione liquidazioni e pagamenti, Provveditorato		
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021
Kpi3.1.2_001 Costi di personale e funzionamento per impresa Tipologia: efficienza Peso: 25%	(Oneri del personale + Oneri di funzionamento) /N° imprese attive al 31/12 Fonte: bilancio consuntivo	Dato annuale	<= € 107,85 (media cluster dimensionale Pareto 2020)
Kpi3.1.2_002 Tempo medio pagamento fatture Tipologia: qualità Peso: 25%	N° medio gg. intercorrenti tra l'arrivo della fattura e la data del mandato Fonte: Programma contabilità CON2	* 26,9 gg.	<= 30 gg.
Kpi3.1.2_003 Report su analisi immobili di proprietà e proposte di intervento Tipologia: data Peso: 25%	Realizzazione report entro la scadenza prevista Fonte: e-mail di invio al Segretario Generale		30/11/2021
Kpi3.1.2_004 Piano di interventi di manutenz.straordin. su immobili di proprietà Tipologia: data Peso: 25%	Realizzazione piano di interventi entro la scadenza prevista (DA REVISIONARE) Fonte: e-mail di invio al Segretario Generale	**non eseguito ma da eseguire entro il 31/12/2021 previa assegnazione e definizione dei procedimenti e dei relativi responsabili	31/12/2021

* Si rilevano numerose criticità nel rispetto del target 2021 a causa delle difficoltà connesse all'accorpamento, all'avvio del nuovo programma di contabilità e alla assenza del personale (unica collega responsabile dell'ufficio Gestione Liquidazione e pagamenti)

** Ad oggi non è stato definito l'ufficio e/o i soggetti che devono o dovranno occuparsi del piano di interventi per il quale è necessario predisporre anche un documento di programmazione, di solito di competenza a livello dirigenziale.

OBIETTIVO STRATEGICO 3.3 - DIGITALIZZAZIONE DEI PROCESSI			
Obiettivo operativo	OP 3.3.1 - E-GOVERNMENT E TRANSIZIONE AL DIGITALE: EFFICIENTAMENTO E DIGITALIZZAZIONE PROCESSI		
Descrizione	La Camera di Commercio dell'Umbria proseguirà lungo il percorso già tracciato di digitalizzazione e dematerializzazione dei flussi di lavoro, in conformità alle indicazioni contenute nelle Linee Guida e nel Piano Triennale per la Digitalizzazione della Pubblica Amministrazione emanati da AGID, in coerenza con i quali la Camera predispone ed attua il proprio Piano triennale per l'informatica. Le macro aree di intervento individuate da AGID riguardano la interoperabilità delle piattaforme informatiche (SPID, PAGO PA, ...), i siti istituzionali, la dematerializzazione del ciclo documentale sulla base delle nuove linee guida.		
Unità organizzative coinvolte	Innovazione e Digitalizzazione		
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021
Kpi3.3.1_001 % attuazione Piano assessment tecnologico Tipologia: efficacia Peso: 100%	Il piano di assessment tecnologico comprende: 1. sostituzione degli apparati 2. realizzazione collegamento Wi-Fi presso il CSCGA 3. Unificazione dei domini Perugia-Terni per condivisione documenti 4. HCR – HC 4. Servizio VoIP 5. Attuazione VDI per tutti i dipendenti. La percentuale di attuazione sarà presidiata e controllata per quanto riguarda le fasi di analisi dei servizi, negoziazione e determina di affidamento, mentre la piena attuazione delle attività resta in capo a Infocamere Fonte: rilevazione interna	Dato non fornito	≥50%

OBIETTIVO STRATEGICO 3.4 - ORIENTAMENTO DELLA GESTIONE ALLA PERFORMANCE			
Obiettivo operativo	OP 3.4.1 - IMPLEMENTAZIONE STRUMENTI DI PERFORMANCE MANAGEMENT PER LA CCIAA DELL'UMBRIA		
Descrizione	Orientare la macchina organizzativa al raggiungimento degli obiettivi prefissati, fornendo un adeguato supporto informativo ai diversi soggetti decisionali, attraverso il monitoraggio dell'efficacia, dell'efficienza e della qualità dei processi, dello stato di salute dell'Ente e del grado di attuazione della strategia. A seguito della costituzione della Camera dell'Umbria è necessario uniformare gli strumenti di performance management in uso nelle due Camere di Commercio cessate, partendo dal Sistema di Misurazione e Valutazione della Performance, che rappresenta lo strumento principale del ciclo di gestione della performance, in quanto definisce le sue modalità di realizzazione nelle diverse fasi che lo compongono.		
Unità organizzative coinvolte	Programmazione e Controllo, Sviluppo organizzativo - Dirigenza		
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021
Kpi3.4.1_001 Bozza Sistema di misurazione e valutazione performance anno 2022 CCIAA dell'Umbria Tipologia: data Peso: 100%	Realizzazione bozza entro la scadenza prevista Fonte: e-mail di invio all'OIV	Ancora da avviare	31/12

OBIETTIVO STRATEGICO 3.5 - TRASPARENZA E ANTICORRUZIONE

Obiettivo operativo		OP 3.5.1 - IMPLEMENTAZIONE PIANO TRASPARENZA E ANTICORRUZIONE		
Descrizione	Programmazione e avvio di un sistema di misure finalizzate alla prevenzione della corruzione e alla promozione di maggiori livelli di trasparenza e di interventi formativi volti a favorire la cultura della legalità e dell'integrità, che si traducano in obiettivi organizzativi e individuali, in base a quanto previsto nel Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione e della Trasparenza, assicurando una politica attiva di informazione e di trasparenza dell'organizzazione così come delle sue decisioni e delle sue attività nei confronti di tutti gli stakeholder.			
Unità organizzative coinvolte	Responsabile prevenzione corruzione e trasparenza, tutta la struttura			
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021	
Kpi3.5.1_001 Monitoraggi trasparenza Tipologia: efficacia Peso: 40%	N° monitoraggi trasparenza /1 Fonte: rilevazione interna	Dato non fornito	≥2	
Kpi3.5.1_002 Analisi rischio corruzione processi Tipologia: data Peso: 30%	Realizzazione analisi entro la data di scadenza prevista Fonte: Rilevazione interna	21/10	30/11	
Kpi3.5.1_003 Monitoraggio attuaz.ulteriori misure previste nel PTPCT Tipologia: efficacia Peso: 30%	N° monitoraggi attuazione ulteriori misure previste nel PTPCT / 1 Fonte: Rilevazione interna	1	>= 1	

OBIETTIVO STRATEGICO 3.6 - COMUNICAZIONE

Obiettivo operativo		OP 3.6.1 - COMUNICAZIONE MULTICANALE E MARKETING DEI SERVIZI		
Descrizione	Favorire l'accesso ai servizi in tutte le sue declinazioni, migliorando in questo modo il posizionamento dell'Ente nel suo ruolo di istituzione al servizio delle imprese. Garantire la multicanalità, requisito essenziale per garantire l'accesso a tutti ai servizi della PA, e al contempo valorizzare i canali digitali, differenziando i flussi di comunicazione a seconda della relazione e della conoscenza dell'utente. Il portale istituzionale, al pari degli strumenti di comunicazione più innovativi, dovrà veicolare un'immagine coerente di un'unica grande Camera di Commercio e garantire una migliore fruibilità e l'accesso ai servizi on-line.			
Unità organizzative coinvolte	URP e Comunicazione, Stampa e Editoria, uffici di riferimento per le sezioni del sito istituzionale			
Indicatore	Algoritmo	Attuazione al 30.9.2021	Target anno 2021	
Kpi3.6.1_001 Grado di copertura dei servizi strategici sui canali di comunicazione Tipologia: efficacia Peso: 40%	N° servizi strategici comunicati sui diversi canali / N° servizi strategici da comunicare Fonte:rilevazione interna	100%	100%	
Kpi3.6.1_002 Completamento sito istituzionale sezioni "L'Impresa digitale" e "Avviare l'impresa" Tipologia: efficacia Peso: 60%	Sezioni completate x 100 / Sezioni da completare Fonte: sito web	In corso	100%	

OBIETTIVO STRATEGICO 3.7 – SUPPORTO ALLA GOVERNANCE E AGLI ORGANI**Obiettivo operativo****OP 3.7.1 - RAFFORZAMENTO DELLE ALLEANZE CON GLI ATTORI ISTITUZIONALI****Descrizione**

Favorire l'integrazione degli enti strumentali e la cooperazione sinergica con i vari soggetti pubblici e privati operanti sul territorio, attraverso il rafforzamento delle alleanze e la costruzione di nuove. A seguito della fusione tra le due Camere umbre, necessario punto di partenza è rappresentato dalla ricognizione delle partnership e delle alleanze in essere, nonché della rappresentatività presso enti e istituzioni.

Unità organizzative coinvolte

Segreteria generale, assistenza organi, Presidenza

Indicatore**Algoritmo****Attuazione al
30.9.2021****Target anno
2021**

Kpi3.7.1_001 Ricognizione alleanze e partnership in essere
Tipologia: data Peso: 30%

Completamento ricognizione entro la scadenza prevista
Fonte: rilevazione interna

In corso

30/11

Kpi3.7.1_00e Ricognizione rappresentatività c/o enti/istituzioni locali e nazionali
Tipologia: data Peso: 30%

Completamento ricognizione entro la scadenza prevista
Fonte: rilevazione interna

In corso

30/11

Kpi3.7.1_003 Atti normativi e regolamentari su funzionamento Ente
Tipologia: efficacia Peso: 40%

N° Atti normativi e regolamentari su funzionamento Ente predisposti / 1
Fonte: LWA

* 1

>= 2

* Bozza di Statuto

Tabella di riepilogo Azienda Speciale Promocamera

AMBITO STRATEGICO	OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI	CONTRIBUTO CCIAA 2021	INDICATORI DI PERFORMANCE	RISULTATO ATTESO anno 2021	STATO ATTUAZIONE 30.09.2021	ANNO 2020	ANNO 2019	ANNO 2018
1 - SVILUPPO DELLE IMPRESE E DEL TERRITORIO	TURISMO E PROMOZIONE DEL TERRITORIO	Valorizzazione del territorio e delle filiere produttive	Valorizzazione dello spazio espositivo del Centro Servizi G.Alessi	€ 4.540,61	N° giornate di apertura	5	34	5	191	151
					N° eventi organizzati	5	3	5	24	28
			Gestione sito Tipicamente Umbria	€ 12.105,02	accessi al sito	24.064	24.879	24.064	28.799 (al 30.6)	45.863
					notizie inserite	105	40	105	47	104
			Gestione sito Ercole Olivario e social	€ 2.091,64	accessi/interazioni	114.582	63.158 (senza accessi sito)	114.582	99.173	69.773
					FB notizie inserite	304	202	304	103	140
			Gestione sito premio Cerevisia e social		accessi/interazioni	2.827	4.112	2827		
			Concorso Ercole olivario e azioni di promozione olii vincitori	€ 133.207,83	n° oli partecipanti	186	255	186	191	237
			Premio regionale olio	€ 23.159,76	n° oli partecipanti	32	39	32	34	33
			Premio Cerevisia	€ 32.503,60	n° birre partecipanti	0	100	0	103	125
			Altri prodotti settore enogastronomico (vino, carne, formaggio, tartufo,...)	€ 75.046,57	n° aziende partecipanti	34	131	34	33	26
			Filiere produttive ed artigianali (moda, lusso, sport; edilizia, arredo, design, artigianato artistico)	€ 353,97	n° attività	1	2	1	3	4
	Prelievi campioni per etichette DOC DOCG e preparazione commissione	€ 20.673,45	n. prelievi	298	300	298	358	346		
	Servizio di Supporto alle iniziative di carattere istituzionale	€ 14.517,71	n° iniziative	11	2 unità per 6 mesi)	11	10	9		
	FORMAZIONE, LAVORO E IMPRENDITORIALITA'	Supporto alla nuova imprenditorialità	Gestione segreteria organizzativa ed operativa comitato imprenditoria femminile e comitato giovani imprenditori	€ 23.138,52	n° riunioni Comitati n° azioni realizzate	6 13	2 5	riunioni 6 azioni 13 (di cui 9 seminari con 1.800 aziende totali)	6 13	6 13
			Sportello SelfEmployment (nuovo)	€ 18.715,72	n. utenti	0	1	0	3	9
			Sportello Microcredito (nuovo)		n. utenti	16	4	16	32	58
			Servizio Nuove Imprese		n. utenti	60	8	33	31	30
			Sportello Imprese già attive		n. utenti	3	3	3	3	10
			Sportello Terzo Settore/ Responsabilità Sociale		n. utenti	1	1	1	1	1
Sportello primo orientamento su etichettatura e packing			n. utenti		19	2	19	11	0	
Sportello informativo su certificazioni (moda, edilizia sostenibile)			n. utenti		1	1	1	2	0	
3 - STATO DI SALUTE DELL'ENTE	MIGLIORAMENTO GESTIONE RISORSE ECONOMICHE FINANZIARIE PATRIMONIALI	Valorizzazione patrimonio immobiliare	Gestione Centro Congressi		€ 29.945,60	Numero eventi/convegni	4	10	4	18
			Gestione Sale: Sala Rossa, Sala Polivalente	Numero riunioni		27	14	27	57	51
			Gestione Borsa Merci	Numero riunioni		10	14	10	49	49



ALLEGATO 2 – PIANO TRIENNALE DELLE AZIONI POSITIVE

“Piano triennale delle azioni positive 2021 – 2023”

(Art. 48 D.Lgs. 11.04.2006 n. 198 “Codice delle pari opportunità tra uomo e donna, a norma dell’art. 6 della L. 28 novembre 2005, n. 246”)

Avvertenza

La Camera di commercio dell’Umbria, nata dall’accorpamento delle Camere di Perugia e Terni, ha iniziato la propria operatività il 29/01/2021 a seguito dell’insediamento del Consiglio il giorno antecedente.

Le numerosissime attività necessarie ad allineare processi, procedure e organizzazione delle due preesistenti Camere non hanno ad oggi permesso di ricostituire per l’ente umbro il Comitato Unico di Garanzia istituito con la legge 4 novembre 2010 n. 183, quale punto di fondamentale ed imprescindibile confronto con l’Amministrazione riguardo a tematiche quanto mai significative e complesse .

Tuttavia l’amministrazione, al fine di salvaguardare le pari opportunità, promuovere il benessere di tutti i dipendenti attraverso un sereno sistema di relazioni interne e contrastare vessazioni o emarginazioni in particolare in questo delicato momento di integrazione fra due strutture organizzative, ritiene opportuno procedere ad una prima stesura del Piano della Azioni Positive per il trienni 2021-2023, il quale verrà inserito come allegato al Piano della Performance per lo stesso triennio come previsto dalla normativa vigente.

Il documento rappresenta pertanto una “dichiarazione di intenti” dell’Amministrazione riguardo l’introduzione di azioni positive all’interno della Camera di Commercio per dare attuazione agli obiettivi di pari opportunità e quindi che necessitano fin da subito di una pianificazione anche dal punto di vista esecutivo.

Tale prima stesura presenta perciò elementi di elevata flessibilità e sarà oggetto di confronto con il CUG non appena costituito così da apportare le modifiche, anche sostanziali, ritenute opportune eventualmente ancor prima della prescritta revisione annuale.

Premessa

Il tema delle pari opportunità costituisce un elemento di fondamentale importanza nell'ottica dello sviluppo delle risorse umane quale fattore di miglioramento della *performance* di qualsiasi tipo di organizzazione e ancor più nelle pubbliche amministrazioni, laddove si caratterizza come elemento trasversale per il perseguimento della missione e dei valori che guidano le attività ed i processi decisionali, sia di carattere strategico che operativo.

In particolare l'art. 48 del D.Lgs. 198/2006 (Codice delle pari opportunità tra uomo e donna) prevede che ciascuna pubblica amministrazione, tra cui la Camera di Commercio, predisponga un piano di azioni positive volto ad *“assicurare [...] la rimozione degli ostacoli che, di fatto, impediscono la piena realizzazione di pari opportunità di lavoro e nel lavoro tra uomini e donne”* favorendo altresì il riequilibrio della presenza di genere nelle attività e nelle posizioni gerarchiche.

La nozione giuridica di “azioni positive” viene specificata dall'art. 42 (Adozione e finalità delle azioni positive) del medesimo Decreto ove si precisa che esse sono da intendersi essenzialmente come misure dirette a rimuovere ostacoli alla realizzazione delle pari opportunità nel lavoro.

Il D.Lgs. 27 ottobre 2009, n. 150, in materia di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle pubbliche amministrazioni, nell'introdurre il ciclo di gestione della *performance*, richiama i principi espressi dalla normativa in tema di pari opportunità, prevedendo che il sistema di misurazione e valutazione della performance organizzativa concerna, tra l'altro, anche il raggiungimento degli obiettivi di promozione delle pari opportunità (art. 8, c. 1, lett. h).

Da sottolineare come le modifiche apportate all'art. 7, comma 1, del D. Lgs. n. 165/2001, ad opera dell'art. 21 della legge 4 novembre 2010 n. 183 hanno ampliato le garanzie, oltre che alle discriminazioni legate al genere, anche ad ogni altra forma di discriminazione che possa discendere da tutti quei fattori di rischio più volte enunciati dalla legislazione comunitaria, esplicitando che *“le pubbliche amministrazioni garantiscono parità e pari opportunità tra uomini e donne e l'assenza di ogni forma di discriminazione diretta ed indiretta relativa all'età, all'orientamento sessuale, alla razza, all'origine etnica, alla disabilità, alla religione o alla lingua estendendo il campo di applicazione nell'accesso al lavoro, nel trattamento e nelle condizioni di lavoro, nella formazione professionale, nelle promozioni e nella sicurezza sul lavoro. Le P.A. garantiscono altresì un ambiente di lavoro improntato al benessere organizzativo e si impegnano a rilevare, contrastare ed eliminare ogni forma di violenza morale o psichica al proprio interno.”*

La norma allarga quindi il campo di osservazione, individuando ulteriori fattispecie di discriminazioni, rispetto a quelle di genere, a volte meno visibili, quali, ad esempio, gli ambiti dell'età e dell'orientamento sessuale, oppure quello della sicurezza sul lavoro.

La Direttiva della Presidenza del Consiglio dei Ministri n. 2/2019 del 26 giugno 2019 definisce le linee di indirizzo volte ad orientare le amministrazioni pubbliche in materia di promozione della parità e delle pari opportunità, in sostituzione della Direttiva 23 maggio 2007 “Misure per attuare



parità e pari opportunità tra uomini e donne nelle amministrazioni pubbliche” e in aggiornamento di alcuni indirizzi forniti con la direttiva 4 marzo 2011 sulle modalità di funzionamento dei Comitati Unici di Garanzia (CUG), sottolineando l'importanza del ruolo delle amministrazioni pubbliche in termini propositivi e propulsivi ai fini della promozione e dell'attuazione del principio delle pari opportunità e della valorizzazione delle differenze nelle politiche del personale.

Da qui, tra l'altro, la previsione che il Piano triennale di azioni positive debba essere aggiornato entro il 31 gennaio di ogni anno, anche come allegato al Piano della Performance, e che la relazione che i Comitati Unici di Garanzia devono presentare entro il 30 marzo debba contenere un'apposita sezione sull'attuazione del suddetto Piano triennale e, ove non adottato, una segnalazione dell'inadempienza dell'amministrazione.

Si deve peraltro sottolineare come il presente Piano sia il primo adottato dalla Camera di Commercio dell'Umbria, istituita con D.M. 16 febbraio 2018 ed effettivamente costituitasi a seguito dell'insediamento del nuovo Consiglio camerale avvenuto in data 28 gennaio 2021 che comprende le preesistenti Camere di Commercio di Perugia e di Terni.

Le azioni previste, pur prendendo le mosse dai Piani adottati dalle preesistenti Camere di Commercio, devono necessariamente tener conto della nuova realtà da poco costituitasi e dell'esigenza di garantire il pieno rispetto dei principi più sopra enunciati nel complesso processodi riorganizzazione della struttura degli enti coinvolti.

Inoltre è da evidenziare il particolare momento storico che l'intero pianeta sta attraversando a causa del perdurare della pandemia legata alla diffusione del Covid-19 che ha determinato, tra l'altro, una forte spinta da parte di tutti i soggetti, pubblici e privati, all'adozione di forme di lavoro agile che hanno avuto rilievo – nella fase emergenziale ancora in corso – essenzialmente quale misura di contrasto alla pandemia mediante la riduzione della mobilità del personale.

L'esperienza maturata in questi mesi, tuttavia, pone le basi per l'effettiva definizione di un modello strutturato per la definizione, l'introduzione e lo sviluppo della modalità di lavoro agile nell'organizzazione camerale in chiave di conciliazione tra i tempi di lavoro e i tempi di vita, così come richiesto, peraltro, dalle recenti disposizioni introdotte in materia (si fa riferimento all'art. 14, c.1, della L. 124/2020 come modificato dall'art. 263, c. 4-bis, del D.L. n. 34/2020 convertito dalla L. 77/2020 e alle conseguenti linee guida sulla realizzazione del Piano Organizzativo del Lavoro Agile recentemente emanate dal Ministero della Funzione Pubblica).

Il contesto appena evidenziato – caratterizzato da grande indeterminatezza – fa sì che il presente Piano debba contenere obbligatoriamente elementi di elevata flessibilità e si presti a modifiche anche sostanziali in occasione dei futuri aggiornamenti annuali.

Nella redazione del Piano non si può, inoltre, prescindere dal contesto economico in cui si muove l'azione camerale caratterizzato da una forte contrazione delle risorse a seguito della riduzione del 50% della misura del diritto annuale, principale fonte di finanziamento dell'Ente, operata dal D.L. 90/2014 cui si aggiungono gli effetti negativi della già citata pandemia Covid-19. Per tale ragione le azioni contenute nel piano devono essere valutate anche in relazione alla loro sostenibilità economica.



Prima parte – Monitoraggio dell'organico

La Camera di commercio dell'Umbria ha iniziato ad operare il 29/01/2021, tuttavia in continuità con i piani predisposti negli anni precedenti dalle Camere di commercio di Perugia e Terni, si ritiene di effettuare l'analisi del personale in servizio partendo dal dato aggregato delle due ex Camere di commercio alla data del 31 dicembre 2020.

In base a quanto sopra esposto, dal raffronto del personale dipendente in servizio tra la situazione di donne e uomini lavoratrici/lavoratori, è così rappresentata.

PERSONALE AL 31 DICEMBRE 2020

DIPENDENTI	
Donne	51
Uomini	32
Totale	83

Scheda di monitoraggio della composizione del personale disaggregata per genere e per età nei livelli di inquadramento al 31 dicembre 2020:

Qualifica/Posizione economica	UOMINI					DONNE				
	≤30	da 31 a 40	da 41 a 50	da 51 a 60	oltre 60	≤30	da 31 a 40	da 41 a 50	da 51 a 60	oltre 60
Segretario generale	0	0	0	1*	0	0	0	0	0	0
Dirigenti a tempo indeterminato	0	0	0	0	0	0	0	1**	0	0
D	0	0	1	9	1	0	0	2	24	1
C	0	1	4	6	4	0	2	4	13	4
B	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0
A	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0
Totale personale	0	1	6	18	7	0	2	7	37	5

* al 31.12.2020 con incarico di S.G. ex CCIAA di Perugia (attualmente S.G.f.f.)

**al 31.12.2020 con incarico di S.G. ex CCIAA di Terni

Scheda di monitoraggio della composizione del personale disaggregata per genere e ruoli di responsabilità al 31 dicembre 2020:



CATEGORIA	UOMINI	DONNE
Dirigenti	1*	1*
Posizioni organizzative	4	5
Totale	5	6

- Ex SG delle due Camere di commercio di Perugia e Terni

Scheda di monitoraggio della composizione del personale non dirigenziale disaggregata per genere, età e tipo di presenza al 31 dicembre 2020

Tipo di contratto/Età	UOMINI					DONNE				
	≤30	da 31 a 40	da 41 a 50	da 51 a 60	oltre 60	≤30	da 31 a 40	da 41 a 50	da 51 a 60	oltre 60
Tempo pieno		1	6	18	7		2	5	34	5
Part Time ≥50%								1	4	
Part Time <50%										
Totale		1	6	18	7		2	6	38	5
Totale tempo pieno		32					46			
Totale part Time		0					5			



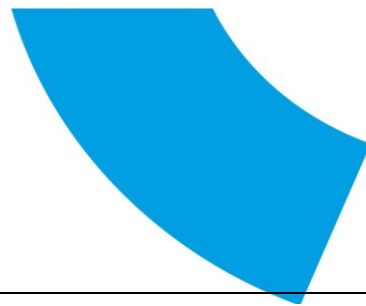
Seconda parte – Specifiche azioni positive per il triennio 2021-2023

Come specificato in premessa le azioni sono state individuate in continuità con quelle avviate dalle preesistenti Camere di Perugia e di Terni, in larga parte sovrapponibili, tenendo conto delle peculiarità correlate al processo di accorpamento ancora non pienamente concluso e del carattere necessariamente transitorio del presente Piano per le motivazioni indicate nelle premesse stesse.

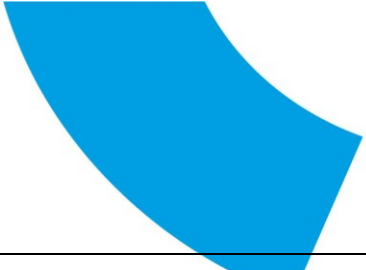
INIZIATIVA 1: ISTITUZIONE DEL COMITATO UNICO DI GARANZIA PER LE PARI OPPORTUNITÀ, LA VALORIZZAZIONE DEL BENESSERE DI CHI LAVORA E CONTRO LE DISCRIMINAZIONI NELL'AMBITO DELLA NUOVA CAMERA DI COMMERCIO ACCORPATA	
Risultati attesi:	<ul style="list-style-type: none">• Istituzione nuovo CUG• favorire la sinergia tra le attività del Comitato e l'Amministrazione.
Obiettivo 1: supportare l'attività del Comitato mettendo a disposizione gli spazi e gli strumenti operativi per lo svolgimento dei compiti previsti	
Descrizione dell'intervento (azioni):	<ul style="list-style-type: none">• Predisposizione atti di costituzione del CUG• predisposizione e aggiornamento, nella sezione Amministrazione Trasparente del nuovo sito camerale, di una pagina dedicata al CUG
Tempi:	<ul style="list-style-type: none">• predisposizione degli strumenti entro il 31 dicembre 2021;• aggiornamento tempestivo dei contenuti durante l'intero periodo di validità del piano
Indicatori:	KPI: messa a disposizione degli strumenti Target: SI entro il 31/12/2021 Monitoraggio annuale
Soggetti coinvolti:	Amministrazione, CUG
Beneficiari:	personale camerale
Risorse stanziare in bilancio:	attività da realizzarsi con personale interno.



Obiettivo 2: realizzare una piena collaborazione tra l'Amministrazione ed il CUG sulla base di quanto previsto nell'ambito della Direttiva PCM del 4 marzo 2011, integrata dalla Direttiva PCM n. 2/2019	
Descrizione dell'intervento (azioni):	<ul style="list-style-type: none">• adozione nuovo regolamento di funzionamento del CUG;• adempimento agli obblighi informativi e di rendicontazione previsti dalle Direttive PCM applicabili;• consultazione del CUG nelle materie di competenza secondo le previsioni delle Direttive PCM applicabili e del regolamento di funzionamento;• predisposizione e aggiornamento annuale della proposta di Piano delle Azioni Positive.
Tempi:	Intera durata di validità del piano
Indicatori	<p>KPI: trasmissione al CUG delle informazioni previste dalla Direttiva PCM n. 2/2019 Target: SI entro il 1° marzo di ciascun anno</p> <p>KPI: trasmissione all'Amministrazione da parte del CUG della relazione prevista dalla Direttiva PCM n. 2/2019 Target: SI entro il 30 marzo di ciascun anno</p> <p>KPI: adozione nuovo regolamento di funzionamento del CUG da parte dell'Amministrazione Target: Si, entro 30 giorni dalla presentazione della proposta del CUG</p> <p>KPI: trasmissione all'Amministrazione della proposta di aggiornamento del P.A.P. Target: SI entro il 15 dicembre di ciascun anno</p> <p>Monitoraggio: annuale</p>
Soggetti coinvolti:	Amministrazione, CUG
Beneficiari:	personale camerale
Risorse stanziare in bilancio:	attività che non prevede oneri economici.



INIZIATIVA 2: FORMAZIONE E QUALIFICAZIONE DEL PERSONALE, ANCHE CON QUALIFICA DIRIGENZIALE	
Risultati attesi:	<ul style="list-style-type: none">• favorire la partecipazione alle iniziative formative delle/dei dipendenti, anche con qualifica dirigenziale, secondo modalità organizzative che consentano la conciliazione fra vita professionale e vita familiare;• creare un ambiente di lavoro in cui le/i dipendenti si sentano valorizzati e a loro agio;• dare attenzione alle figure dirigenziali e con ruoli di responsabilità in termini di formazione circa la valorizzazione e la comprensione delle risorse umane presenti all'interno dell'organizzazione
Obiettivo: definire percorsi formativi funzionali ai risultati attesi.	
Descrizione dell'intervento (azioni):	<ul style="list-style-type: none">• analisi, verifica e valorizzazione delle esperienze realizzate nell'ambito delle preesistenti Camere di Commercio di Perugia e Terni al fine di valorizzare le buone prassi;• definizione di nuovi target di riferimento e analisi dei fabbisogni formativi, avuto riguardo alla nuova realtà della Camera di Commercio accorpata;• valutazione del grado di raggiungimento dei target di riferimento e aggiornamento annuale dei target.
Tempi:	<ul style="list-style-type: none">• completamento analisi e definizione nuovi target entro il 31 gennaio 2022 (piano performance);• monitoraggio annuale e conseguente aggiornamento entro il 31 gennaio di ciascun anno (piano performance).
Indicatori:	KPI: definizione di nuovi target Target: Si entro il 31 gennaio 2022 Monitoraggio annuale
Soggetti coinvolti:	Amministrazione, CUG, Enti di formazione
Beneficiari:	Personale camerale
Risorse stanziare in bilancio:	risorse destinate annualmente alla formazione del personale



INIZIATIVA 3: CONCILIAZIONE DEI TEMPI DI LAVORO CON I TEMPI DI VITA E CURA DELLA FAMIGLIA	
Risultati attesi:	<ul style="list-style-type: none">• favorire l'adozione di soluzioni organizzative volte a consentire l'equilibrio tra responsabilità familiari e professionali;• ridurre l'utilizzo dei permessi e la giustificazione di ritardi;• realizzare economie di gestione anche attraverso la valorizzazione e l'ottimizzazione dei tempi di lavoro.
Obiettivo 1: adozione nuova disciplina dell'orario di lavoro	
Descrizione dell'intervento (azioni):	<ul style="list-style-type: none">• adozione di una disciplina omogenea dell'orario di lavoro a seguito della costituzione del nuovo Ente secondo le vigenti disposizioni normative e contrattuali superando, in quanto possibile, le attuali differenze di orari e regole di disciplina della presenza in servizio tra le due sedi delle camere accorpate;• adeguata valutazione delle necessità dei/delle dipendenti di conciliare i tempi di vita-lavoro, in particolare in termini di mantenimento di un'adeguata flessibilità oraria in entrata e in uscita;• gestione flessibile dell'orario di lavoro al fine di tener conto di eventuali specificità rappresentate dal singolo meritevoli di tutela.
Tempi:	Entro la seconda annualità di validità del piano (la definizione della disciplina non può prescindere dalla definizione e dall'implementazione della nuova struttura organizzativa dell'Ente al fine di consentire un'attenta valutazione finalizzata al contemperamento delle esigenze prima evidenziate con quelle derivanti dalla prestazione dei servizi all'utenza).
Indicatori:	KPI: adozione nuova disciplina dell'orario di lavoro Target: SI entro 31 dicembre 2022 Monitoraggio annuale al 31 dicembre KPI: adozione/aggiornamento di un set di indicatori in termini di utilizzo dei permessi e giustificazione dei ritardi; Target: Si entro 31 gennaio 2022 (piano performance) per successiva valutazione effetti introduzione nuova disciplina Monitoraggio annuale



Soggetti coinvolti:	Amministrazione, CUG, RSU, OO.SS.
Beneficiari:	dipendenti, utenza
Risorse stanziare in bilancio:	l'intervento non prevede l'impiego di risorse economiche
Obiettivo 2: adozione di un modello strutturato di definizione, introduzione e sviluppo delle modalità di lavoro agile nell'organizzazione camerale al fine di dare una veste stabile e progressivamente strutturata alla modalità di lavoro agile sperimentata in fase emergenziale	
Descrizione dell'intervento (azioni):	<ul style="list-style-type: none">• analisi delle possibilità di lavoro agile e dei relativi aspetti gestionali;• definizione del progetto e delle modalità di traduzione operativa, con individuazione delle relative fasi;• individuazione di KPI specifici;• attivazione fase sperimentale;• monitoraggio e valutazione per introduzione di eventuali correttivi.
Tempi:	Intera durata di validità del piano (l'incognita circa l'effettiva durata della fase emergenziale nonché la necessità di definire la struttura organizzativa dell'Ente di nuova costituzione comporta una necessaria gradualità del processo, da compiersi nel rispetto delle disposizioni in materia e delle necessarie relazioni sindacali)
Indicatori:	da definirsi in sede progettuale
Soggetti coinvolti:	Amministrazione, CUG, RSU, OO.SS.
Beneficiari:	dipendenti
Risorse stanziare in bilancio:	eventuali risorse per dotazioni HW e SW da definirsi in sede progettuale, compatibilmente con i vincoli di bilancio (piano degli investimenti).

INIZIATIVA 4: INDIVIDUAZIONE, SPERIMENTAZIONE E CONSOLIDAMENTO BUONE PRASSI DI GENERE E DI MIGLIORAMENTO DEL CLIMA ORGANIZZATIVO INTERNO A SEGUITO DEL PROCESSO DI ACCORPAMENTO	
Risultati attesi:	<ul style="list-style-type: none"> • uniformare e integrare le procedure e i processi; • favorire l'adozione da parte dell'Amministrazione di eventuali programmi di miglioramento da adottare in stretta sinergia con le iniziative già previste ed indicate nel presente Piano.
Obiettivo 1: analisi del clima lavorativo finalizzato all'evidenziazione di punti di forza e eventuali criticità	
Descrizione dell'intervento (azioni):	<ul style="list-style-type: none"> • analisi del clima lavorativo tra i vari settori attraverso al periodica indagine di benessere organizzativo, anche mirata a individuare criticità sotto il profilo di eventuali discriminazioni e di rischio stress lavoro-correlato; • coinvolgimento dei livelli apicali; • diffusione dei risultati e coinvolgimento propositivo del personale; • adozione iniziative di valorizzazione delle buone prassi e/o di correzione delle criticità.
Tempi:	intera durata di validità del piano
Indicatori:	KPI: realizzazione indagine di benessere organizzativo Target: a partire dal 2020 Monitoraggio annuale KPI: realizzazione evento di diffusione dei risultati e di ascolto Target: ≥ 1 evento Monitoraggio annuale
Soggetti coinvolti:	Amministrazione, CUG, personale e dirigenza camerale, OIV, soggetti preposti al sistema di sicurezza ex D.Lgs. 81/2006
Beneficiari:	personale camerale
Risorse stanziare in bilancio:	attività da realizzarsi con personale interno.
Obiettivo 2: definizione e comunicazione di una batteria di indicatori sulle Politiche di Genere nell'Ente con riferimento alla nuova realtà dell'Ente accorpato	
Descrizione dell'intervento (azioni):	<ul style="list-style-type: none"> • definizione di una batteria di indicatori strumentali al ruolo e alle funzioni del Comitato avuto riguardo alla



	nuova realtà accorpata; <ul style="list-style-type: none">• individuazione degli Uffici referenti dei dati;• definizione dei rapporti di collaborazione con gli Uffici;• inserimento e diffusione dei dati e delle informazioni nelle forme di comunicazione ritenute più opportune
Tempi:	Intera durata di validità del piano
Indicatori	KPI: individuazione/aggiornamento indicatori sulle politiche di genere Target: SI entro il 31 gennaio di ciascun anno (piano performance) KPI: iniziative di diffusione dei dati Target: Target: ≥ 1 iniziativa a decorrere dal secondo anno di validità del piano Monitoraggio: annuale
Soggetti coinvolti:	Amministrazione, CUG
Beneficiari:	personale camerale
Risorse stanziare in bilancio:	attività realizzata con personale interno.

Del presente piano viene data comunicazione al CUG e alla RSU della Camera di commercio dell'Umbria non appena costituiti, all'OIV, alla Consigliera di parità competente territorialmente e a tutto il personale.

Il presente documento triennale potrà essere rivisto a seguito di confronti con il CUG e verrà comunque aggiornato annualmente in occasione dell'approvazione del Piano della Performance di cui costituirà un allegato come da Direttiva 2/2019.

IL SEGRETARIO GENERALE f.f.

Dott. Mario Pera

IL PRESIDENTE

ing. Giorgio Mencaroni

