

LA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE 2015

CAMERA DI COMMERCIO DI CHIETI



GIUGNO 2016

INDICE

1 PRESENTAZIONE	3
2. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER GLI STAKEHOLDER.....	5
2.1 Il contesto esterno.....	6
2.2 L'Amministrazione	11
2.3 I risultati raggiunti	19
2.4 Le criticità e le opportunità	23
3. OBIETTIVI : RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI.....	24
3.1 L'Albero della Performance	24
3.2 Aree strategiche e obiettivi strategici	29
3.3 Obiettivi e piani operativi	34
3.4 Obiettivi individuali.....	46
4. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITA'	49
5. LA DIMENSIONE DI GENERE: PARI OPPORTUNITA'	50
6. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE	56
6.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità del processo di redazione.....	56
6.2 I punti di forza e debolezza del Ciclo di gestione della Performance.....	57

ALLEGATI:

- A. Tabella documenti del Ciclo di Gestione della Performance adottati

1 PRESENTAZIONE

La presente Relazione sulla Performance è il documento che completa il Ciclo di Gestione della Performance con riferimento relativo all'annualità 2015.

Il d.lgs. 150/09 attribuisce alla Relazione sulla Performance la funzione di evidenziare a consuntivo i risultati della Performance organizzativa ed individuale rispetto agli obiettivi strategici ed operativi definiti in sede di pianificazione e alle risorse, con rilevazione degli eventuali scostamenti registrati.

Così come espresso nel citato dettato normativo, la relazione sulla Performance analizza, in particolare, la dimensione economico-finanziaria della Performance dell'Ente, in termini di efficienza ed economicità e, allo stesso modo, rappresenta la sintesi di un processo dinamico, condiviso e partecipato, che prevede un monitoraggio costante degli obiettivi di performance definiti in sede di pianificazione e la conseguente valutazione dei risultati intermedi e finali ottenuti alla luce delle principali caratteristiche del contesto interno ed esterno nel quale si è svolta l'azione camerale.

La Camera di Commercio di Chieti completa, pertanto, il Ciclo di Gestione della Performance 2015 con il presente documento, il quale è rivolto a render conto agli stakeholder, in un'ottica di trasparenza ed accountability, delle risultanze di performance del periodo amministrativo di riferimento, favorendo la cultura della trasparenza e della condivisione. Il Piano della performance 2015-2017 è stato approvato con determinazione presidenziale d'urgenza n. 2 del 30/01/2015, ratificato dalla Giunta camerale con deliberazione n. 4 del 09/02/2015, successivamente aggiornato con Deliberazione n. 87 del 27/11/2015.



Lettera del Presidente

Il Decreto 27 ottobre 2009, n. 150, in materia “di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle pubbliche amministrazioni”, rappresenta il perno della Riforma della pubblica amministrazione promossa dal Ministro Brunetta. Il Decreto dà attuazione ai principi fondamentali della riforma con regole sulla programmazione, la trasparenza, il controllo, la premialità, la contrattazione collettiva.

Nell’ottica della suddetta normativa, la Camera di Commercio di Chieti, così come l’intero comparto pubblico, è protagonista dell’importante processo di riforma che ha previsto, a partire dal 2011, l’introduzione del Piano e della Relazione della Performance tra i documenti di programmazione e di rendicontazione dell’Ente.

La Relazione, prevista dall’art. 10 – comma 1 – lett. b) del suddetto D.Lgs. n. 150/2009, rappresenta lo strumento attraverso il quale la Camera di Commercio di Chieti illustra ai cittadini ed agli stakeholders i risultati ottenuti nel corso dell’anno 2015, concludendo in tal modo il ciclo di gestione della performance, come già avvenuto per la precedente annualità.

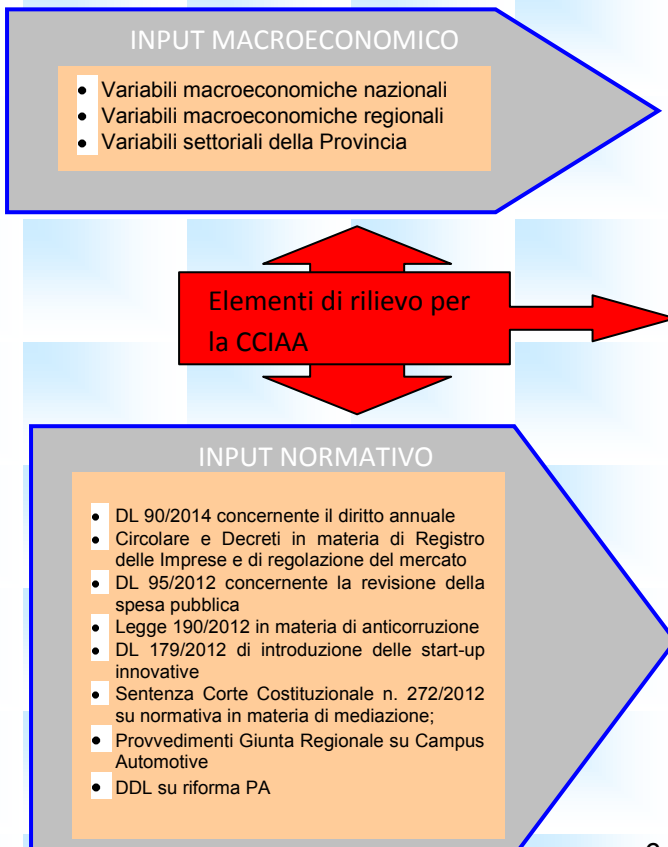
Pertanto, l’obiettivo primario della presente Relazione è di evidenziare a consuntivo i risultati di gestione raggiunti rispetto ai singoli obiettivi programmati ed alle risorse disponibili, ispirandosi ai principi di trasparenza, intelligibilità, veridicità, partecipazione e coerenza interna ed esterna.

Come sopra evidenziato, la relazione si colloca a valle di un processo teso ad un’attenta pianificazione e programmazione, ma anche e soprattutto di monitoraggio degli obiettivi che, soprattutto in un periodo come quello degli ultimi anni, rappresenta una leva fondamentale per una gestione efficace ed efficiente tesa a rendere il più aderente possibile le strategie camerali con il contesto di riferimento

IL PRESIDENTE
(Dott. Roberto Di Vincenzo)

2.1 Il contesto esterno

La Camera di Commercio di Chieti, al fine di individuare le azioni più coerenti per soddisfare le aspettative dei propri stakeholder, riconosce come elemento propedeutico all'efficacia strategica delle proprie azioni l'analisi del contesto economico-sociale di riferimento. L'analisi del contesto consente di descrivere le variabili che rappresentano lo scenario nel quale si è sviluppata l'azione amministrativa della Camera di Commercio di Chieti, ed in base alle quali gli obiettivi strategici previsti si sono potuti concretizzare. A tal fine verrà dato rilievo alle variabili del contesto esterno che, manifestandosi soprattutto nel corso dell'anno 2015, hanno inciso positivamente o negativamente sui risultati finali raggiunti, nonché la variazione degli obiettivi nel corso d'anno. Nell'evoluzione del contesto normativo, alcune disposizioni legislative hanno riguardato direttamente il tessuto imprenditoriale richiedendo all'amministrazione camerale l'elaborazione di una strategia per amplificare gli effetti positivi posti a fondamento delle norme stesse. Altre normative seppur riguardanti più strettamente l'organizzazione e la semplificazione dei processi ed il contenimento della spesa hanno comunque avuto ripercussioni sulle modalità di erogazione dei servizi all'utenza. Un'attenzione particolare va data alla riduzione del diritto annuale (principale fonte di finanziamento camerale) che seppur invariato per l'anno 2014 (come previsto dalla Legge. 114/2014 di conversione del D.L. 90/2014) prevede una riduzione per gli anni futuri in maniera progressiva: 35% nell'anno 2015, 40% nell'anno 2016, 50% a partire dal 2017. Sicuramente un ulteriore elemento da considerare è il disegno di legge in corso di esame nel Parlamento concernente la riforma della Pubblica Amministrazione che riguarda anche le Camere di Commercio. In particolare il dibattito politico sul sistema camerale è stato particolarmente vivace nell'anno 2014 che, seppur ha scongiurato la loro definitiva soppressione, investe comunque l'ambito delle proprie competenze rendendo particolarmente difficile la programmazione strategica nel medio periodo. L'analisi del contesto esterno verrà rappresentata facendo stretto riferimento all'articolazione delle principali aree strategiche definite all'interno del mandato della Camera di Commercio. Ciò al fine di rendere funzionale la lettura delle informazioni presentate in questa sezione alla interpretazione dei risultati di performance esplicitati successivamente secondo le medesime aree strategiche.



Il protrarsi ormai da anni di una difficile congiuntura economica a livello internazionale ha avuto i propri riflessi anche sul piano locale. La Camera di Commercio di Chieti ha portato avanti gli obiettivi prefissati in termini di sostegno alle imprese valorizzazione e sviluppo del tessuto economico locale. Nel tentativo di rilanciare l'economia locale l'Ente camerale, nell'ambito dei propri fini istituzionali, ha avviato o continuato a perseguire alcuni progetti utili per il consolidamento delle proprie vocazioni che, in un territorio quale quello della Provincia di Chieti, il settore industriale a quello artigiano, l'agricoltura con il turismo, senza tralasciare sulla scia delle normative nazionali un accentuato processo di semplificazione per sostenere gli imprenditori nei rapporti con la Pubblica Amministrazione. Tuttavia le normative in materia di riduzione del diritto annuale hanno pesato notevolmente sulla capacità dell'Ente di fare interventi economici anche se lo sforzo per ridurre l'impatto con una razionalizzazione delle spese è stato massimo

- Miglioramento del sito web della Camera di Commercio per consentire una più rapida acquisizione delle informazioni
- Reperibilità di fondi per la realizzazione di infrastrutture e per sostegno alle imprese
- Sinergie con altri attori istituzionali per l'implementazione di azioni tendenti a favorire lo sviluppo del territorio e la sua promozione anche in chiave turistica;
- Sinergie con altri attori istituzionali per stipulare accordi volti a diffondere gli strumenti di giustizia alternativa
- Migliorare le azioni per favorire lo sviluppo delle PMI in una fase congiunturale ove si registra una evidente difficoltà del reperire fonti di finanziamento tese a sviluppare anche l'innovazione e l'internazionalizzazione e l'implementazione di modelli di gestione altamente competitivi.

Elementi importanti che hanno in ogni caso influenzato le scelte sono state il rinnovo degli organi di indirizzo e l'avvio del processo di accorpamento con la Camera di Commercio di Pescara, avviato nel mese di maggio 2015 poi perfezionato con l'istituzione della Camera di Commercio di Chieti Pescara come da DM 25/09/2015. Il nuovo Ente tuttavia si costituirà solo dopo l'insediamento del nuovo Consiglio che soggiace a tutte le regole di designazione già previste.

In primo luogo è importante accennare alle ripercussioni di altri soggetti istituzionali nell'attività camerale. E' bene, infatti, sottolineare che anche l'evoluzione normativa influenza l'attività dell'Ente; ci si riferisce in particolare ai vincoli di finanza pubblica, in specie quelli relativi al blocco del turnover esteso anche alle aziende speciali, talvolta non consente un efficace avvicendamento del personale indispensabile per perseguire i propri obiettivi. Altre volte le norme, al fine di dare impulso alla ripresa economica, influenza il tasso di natalità/mortalità delle imprese che si ripercuote sul Registro delle Imprese o anche sul deposito di brevetti e marchi. Tuttavia di particolare impatto per l'attività camerale risultano essere le sinergie con gli altri soggetti istituzionali a livello locale. La Giunta Regionale, con propri provvedimenti adottati nell'anno 2012, aveva già individuato nella Camera di Commercio l'Ente pubblico incaricato della realizzazione, gestione e sviluppo dell'infrastruttura tecnologica CAMPUS dell'INNOVAZIONE AUTOMOTIVE E METALMECCANICA, nel corso dell'anno 2014 ha avviato un percorso di riflessione su tale progetto e nel 2015 è stato di fatto abbandonato con la necessaria attività finalizzata a rivedere le progettazioni in materia già poste in essere. Diverso è il percorso per creare delle opportune sinergie con altri soggetti pubblici o privati in materia di regolazione del mercato, ove, comunque, rispetto agli anni passati, sono state registrate evoluzioni positive anche attraverso una sensibilizzazione verso tali soggetti da parte della Camera di Commercio. Per l'ASPO, invece, sono stati attivate importanti relazioni con alcuni paesi dei Balcani che possano fungere da volano per incrementare i traffici nei porti di Ortona e Vasto.

Nell'ambito del quadro economico già efficacemente delineato nel PP 2016-2018 e rinvenibile anche nelle tabelle sotto riportate

Sistema imprese



Fonte: elaborazioni CRESA su dati Infocamera.

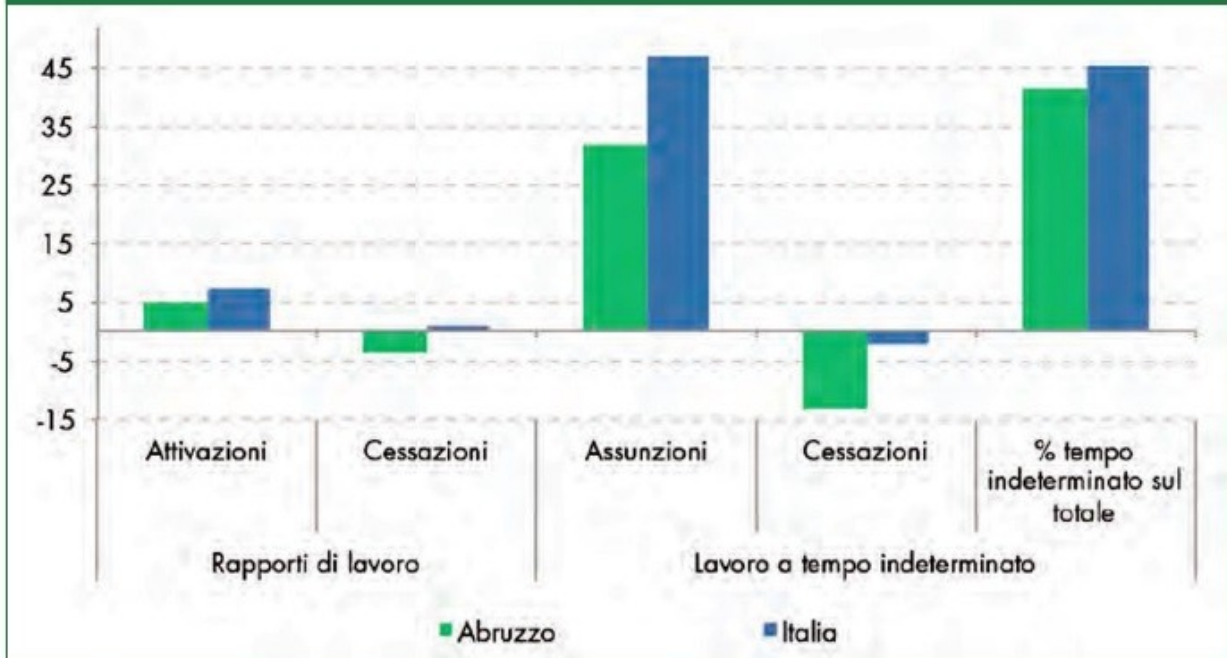
TAB. 4.1 - IMPRESE ATTIVE DELLE PROVINCE ABRUZZESI NEL 2015 PER SETTORE (val. assoluti e %)

Settori	Val. assoluti (mln euro)	Var. % sul 2014	Peso %	Val. assoluti (mln euro)	Var. % sul 2014	Peso %
			L'Aquila			Teramo
Agricoltura	3.799	-3,1	15,0	6.013	-1,5	19,6
Attività manifatturiere	2.080	-2,6	8,2	3.713	-2,5	12,1
Industrie alimentari	434	-0,2	1,7	432	-2,5	1,4
Tessile-abbigliamento-pelle	142	-6,0	0,6	1.329	-1,3	4,3
Legno	256	-5,2	1,0	195	-3,9	0,6
Carta e stampa	114	-0,9	0,5	148	-2,0	0,5
Prod. Chimici	36	5,9	0,1	25	4,2	0,1
Gomma e plastica	33	-2,9	0,1	72	0,0	0,2
Min. non metalliferi	173	0,6	0,7	190	-5,9	0,6
Metallurgia	10	-9,1	0,0	14	-30,0	0,0
Prod. Metallo	364	-3,4	1,4	489	-1,8	1,6
Prod. Elettronici	37	-14,0	0,1	66	6,5	0,2
App. elettrici	29	7,4	0,1	55	-1,8	0,2
Macchinari	36	-5,3	0,1	131	-8,4	0,4
Mezzi di trasporto	11	10,0	0,0	20	-13,0	0,1
Mobili	55	-6,8	0,2	174	-3,3	0,6
Altre manifatturiere	252	-4,2	1,0	230	-5,7	0,7
Costruzioni	4.789	-2,2	18,9	4.413	-3,5	14,4
Commercio	6.427	-1,0	25,4	7.376	-0,6	24,0
Alloggio e ristorazione	2.542	1,6	10,0	2.412	-0,4	7,9
Altri servizi	5.661	2,7	22,3	6.731	1,2	21,9
TOTALE	25.329	-0,6	100	30.682	-1,0	100
			Pescara			Chieti
Agricoltura	4.285	-0,7	13,8	13.175	-1,8	32,7
Attività manifatturiere	2.683	-1,4	8,6	3.542	-0,4	8,8
Industrie alimentari	473	0,0	1,5	736	0,8	1,8
Tessile-abbigliamento-pelle	429	-1,6	1,4	409	-3,1	1,0
Legno	156	-7,7	0,5	255	-5,2	0,6
Carta e stampa	126	-3,1	0,4	156	-3,1	0,4
Prod. Chimici	40	0,0	0,1	38	8,6	0,1
Gomma e plastica	56	-3,4	0,2	80	2,6	0,2
Min. non metalliferi	107	0,0	0,3	163	-1,8	0,4
Metallurgia	14	0,0	0,0	23	-8,0	0,1
Prod. Metallo	418	-1,6	1,3	765	-0,4	1,9
Prod. Elettronici	72	-1,4	0,2	46	-4,2	0,1
App. elettrici	56	-1,8	0,2	50	6,4	0,1
Macchinari	130	-2,3	0,4	200	-2,0	0,5
Mezzi di trasporto	27	8,0	0,1	54	3,8	0,1
Mobili	102	-1,9	0,3	88	8,6	0,2
Altre manifatturiere	271	-2,5	0,9	246	0,4	0,6
Costruzioni	4.150	-3,0	13,3	4.824	-2,6	12,0
Commercio	9.851	0,9	31,6	8.947	-0,4	22,2
Alloggio e ristorazione	2.211	3,2	7,1	2.495	0,6	6,2
Altri servizi	7.921	2,4	25,4	7.306	1,3	18,1
TOTALE	31.133	0,5	100	40.323	-0,8	100

Fonte: elaborazioni CRESA su dati Infocamera

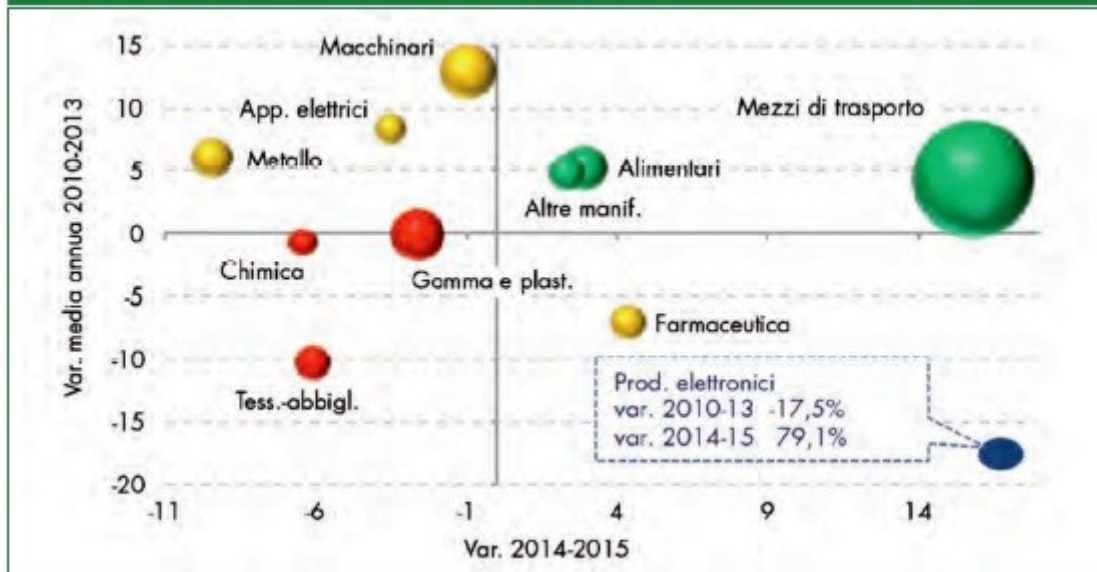
Mercato del Lavoro

GRAF. 3.6 - DIMENSIONI DEL MERCATO DEL LAVORO IN ABRUZZO



Fonte: elaborazioni CRESA su dati Ministero del Lavoro e INPS.

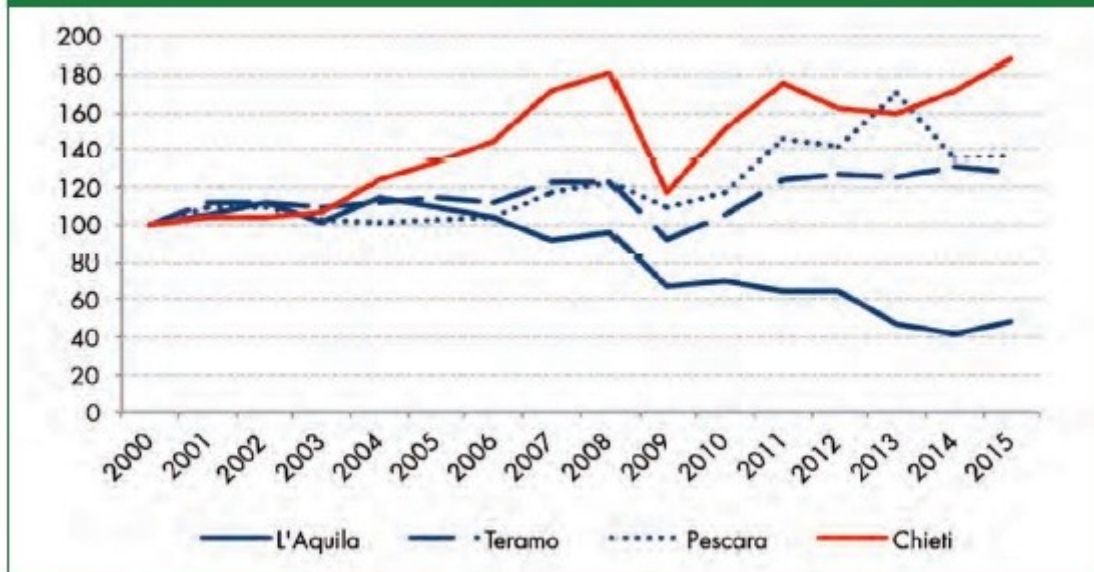
GRAF. 2.1 - ESPORTAZIONI DELL'ABRUZZO PER SETTORE (var. %)



Fonte: elaborazioni CRESA su dati ISTAT-Coeweb

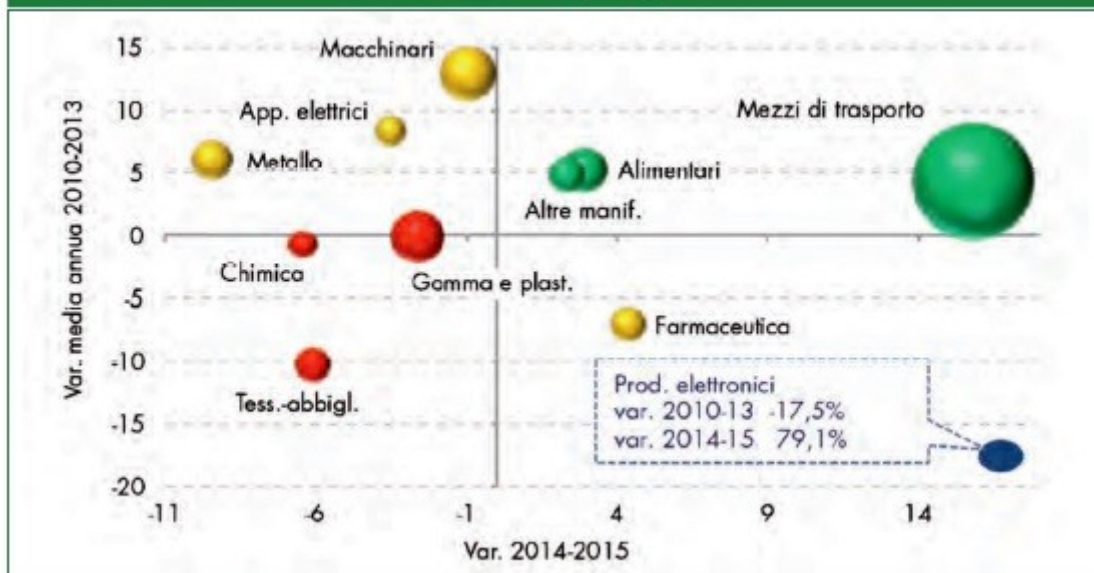
Internazionalizzazione

GRAF. 2.5 - ESPORTAZIONI DELLE PROVINCE ABRUZZESI (2000=100)



Fonte: elaborazioni CRESA su dati ISTAT-Coeweb

GRAF. 2.1 - ESPORTAZIONI DELL'ABRUZZO PER SETTORE (var. %)



Fonte: elaborazioni CRESA su dati ISTAT-Coeweb

Per quanto attiene, invece, il processo di accorpamento delle due CCIAA l'analisi e le potenzialità scaturenti sono state già oggetto di evidenza nella precedente relazione sulla Performance 2014.

2.2 L'Amministrazione

Nell'ambito della propria attività di gestione la Camera di Commercio si caratterizza in funzione di una struttura piramidale al cui vertice è posto il Segretario Generale. Il Segretario Generale, oltre ad essere il capo del personale, assume anche la figura di direttore generale con i compiti e le prerogative fissate, tra l'altro, dall'art. 16 del D.Lgs. 30 marzo 2011 n. 165 e riportate nel Regolamento di Organizzazione degli Uffici e dei Servizi. Al Segretario Generale afferiscono direttamente gli uffici di staff caratterizzati dall'espletamento di funzioni strettamente correlate agli organi di indirizzo politico. La struttura consta di tre aree dirigenziali, a cui sono preposti altrettanti dirigenti che, sotto la supervisione ed il coordinamento del Segretario Generale, esercitano le funzioni indicate nell'art. 17 del D.Lgs. 30 marzo 2011 n. 165 e riportate nel Regolamento di Organizzazione degli Uffici e dei Servizi. Le Aree dirigenziali attengono, rispettivamente, all'Amministrazione, all'Anagrafe delle Imprese ed al Monitoraggio e Regolazione del Mercato. Le aree dirigenziali afferiscono a settori omogenei di attività al fine di permettere la specializzazione e l'approfondimento delle tematiche di rispettiva competenza per divenire in ogni settore interlocutore attendibile e privilegiato nel quadro delle istituzioni di riferimento del sistema imprese. Ciascuna area dirigenziale si compone di Servizi e Uffici, classificate in relazione alle attribuzioni più o meno omogenee, a capo dei quali è preposto un Responsabile di Servizio o di Ufficio. I responsabili dei Servizi/Uffici rivestono anche la funzione di responsabili dei procedimenti di competenza operando, comunque, mediante la supervisione dei Dirigenti che ne fissano preventivamente le procedure da seguire e si sostituiscono ai responsabili stessi in caso di inerzia. Nella Camera di Commercio di Chieti, infine, risulta istituita una sola posizione organizzativa attinente i servizi finanziari, che come previsto dall'art. 8 del CCNL 31 marzo 1999, gode di maggiore autonomia rispetto ai Servizi/Uffici. La distribuzione di personale suddiviso per categoria e per sesso è la seguente:

Profilo	Sesso	
	Maschi	Femmine
Segretario Generale		1
Dirigenza	1	2
Categoria D	5	5
Categoria C	14	21
Categoria B	4	
Categoria A	1	
TOTALE	25	29

Composizione del personale in servizio per classi di età

età	Maschi	Femmine
30-34	2	0
35-39	0	0
40-44	5	4
45-49	3	11
50-54	4	8
55-59	6	4
60-64	5	2
Totale	25	29

Età media del personale per profilo

Profilo	Maschi	Femmine
Dirigenti	49	50
D3	54	57
D1	49	52
C	50	48
B3	53	
B1	55	
A	57	

Composizione del personale per anzianità di servizio maturata nella Camera di Commercio

	Maschi	Femmine	Dirigenti	D3	D1	C	B3	B1	A
0-5		1	1						
6-10	4	3	1		1	5			
11-15	6	9			1	13			1
16-20	6	7			2	10		1	
21-25	3	5	2	3	1	2			
26-30	2	2				3	1		
Oltre30	4	2			2	6		2	
Totale	25	29	4	3	7	35	1	3	1

Particolare importanza, nell'ambito dell'azione camerale, riveste l'Azienda Speciale "Agenzia di Sviluppo", che costituisce lo strumento operativo della Camera per la realizzazione di attività a sostegno del sistema delle piccole e medie imprese.

La distribuzione di personale suddiviso per livello e per sesso è la seguente:

Profilo	Sesso	
	Maschi	Femmine
Direttore (*)		
Quadro	1	
I° Livello	1	
II° livello		1
IV° livello		1
TOTALE	2	3

(*) Coincidente con il Segretario Generale

L'azienda speciale "ASPO", invece, non ha personale, le attività di competenze vengono svolte dal Segretario Generale, in qualità di Direttore, con il supporto delle strutture camerale.
La distribuzione del personale per funzione non ha subito variazioni rispetto agli anni precedenti.

La dinamica del personale del resto non ha subito variazioni. Tuttavia sono state incrementate i comandi presso altri Enti su istanza del personale, complessivamente l'Ente ha 5 unità di personale in comando (2 nella categoria D – di cui 1 in D3 e 1 in D1 e 3 nella categoria C).
La minore disponibilità di risorse umane è stata compensata con una sapiente attività di riorganizzazione degli uffici e delle competenze operata dal Segretario Generale sentiti i Dirigenti di Area.

L'Amministrazione ha anche perseguito l'obiettivo della formazione continua del personale per rispondere pienamente alle esigenze dell'utenza.

Infine nell'anno 2015 non si sono registrati eventi particolari che possano inficiare l'assenza di situazioni di rischio per il benessere organizzativo del personale stesso come evidenziato dall'apposita indagine realizzata e letta congiuntamente all'analisi di stress-lavoro correlato già condotto nell'anno 2013, nonché dall'indagine sul benessere organizzativo condotta nell'anno precedente e pubblicato sul sito nell'apposita sezione dell'Amministrazione trasparente.

L'amministrazione - Le risorse economiche impiegate

Con la Deliberazione del Consiglio camerale n. 17 del 28/7/2015 questa Camera ha provveduto, secondo le disposizioni legislative, ad aggiornare il Preventivo economico 2015.

L'aggiornamento ha evidenziato le seguenti situazioni:

Aumento dei proventi correnti per € 155.189,71 che, di conseguenza, sono passati da € 6.441.381,26 a € 6.596.570,97;

Aumento degli oneri correnti per € 329.169,34.

Di cui personale	- €	7.765,65
Funzionamento	+ €	64.323,55
Interventi economici	+ €	212.000,00
Ammortamenti e accantonamenti	+ €	60.611,44

Aumento del Disavanzo economico previsto per € 229.702,32 che porta lo stesso a € 1.301.665,49;

Diminuzione degli oneri per gli investimenti per € 1.951.833,80.

Consuntivo dei Proventi, degli Oneri e degli Investimenti (Allegato n. 1) **Analisi degli scostamenti.**

Nella tabella del Consuntivo dei Proventi ed Oneri e degli Investimenti (allegato n. 1 alla presente) si evidenziano gli scostamenti tra il preventivo economico aggiornato al 31/07/2015 e il consuntivo al 31/12/2015.

Il conto economico si chiude con un disavanzo di € 491.856,26 rispetto a un disavanzo previsto di € 1.301.665,49 con uno scostamento pari a € 809.809,23.

Si rileva che il risultato economico negativo appare come conseguenza di una sostanziale contrazione degli oneri correnti rispetto a quanto preventivato (€ 341.697,81), da un aumento dei proventi correnti (€ 227.762,12), da una diminuzione del saldo della gestione finanziaria (€ 5.642,37), da un consistente saldo positivo delle gestione straordinaria (€ 260.707,42) e da un saldo negativo dell'attivo patrimoniale (€ 14.715,76).

I principali scostamenti sono dovuti:

maggiori proventi correnti per un importo pari a € 227.762,12;

minori oneri correnti per un importo pari a € 341.697,81

minori proventi finanziari per € 5.642,37

maggiori proventi straordinari per € 1.258.691,72

maggiori oneri straordinari per € 2.766.890,74;

minori oneri per rettifica attività finanziaria per € 14.715,76

A) Proventi correnti

I maggiori proventi correnti sono dovuti:

-all'incremento complessivo delle poste del diritto annuale per € 106.085,02 dovuto all'aumento del diritto puro (+€ 37.511,22) e delle sanzioni e interessi (+€ 56.094,01)

-ad un incremento dei diritti di segreteria per € 29.406,14 (registro imprese +€ 26.731,59);

-ad un aumento dei ricavi per contributi, trasferimenti ed altre entrate per € 96.069,52. Tale aumento è dovuto soprattutto dalle maggiori somme relative ai rimborsi per il personale camerale in comando presso altri Enti (+€ 45.797,30) e ai rimborsi e recuperi diversi (+€ 37.211,32).

-ad un aumento dei proventi da gestione di servizi per € 4.840,49 dovuto ai maggiori ricavi per la gestione del Centro espositivo.

-ad una diminuzione delle rimanenze di magazzino per € 8.639,05.

B) Oneri correnti

I minori oneri correnti, rispetto a quanto previsto sul preventivo aggiornato, si riferiscono a:

Interventi economici

-ad un minor impiego di risorse per gli oneri previsti per gli interventi economici per un importo di € 166.516,84 in quanto la realizzazione di alcuni interventi non sono stati effettuati e altri sono stati rinviati all'esercizio 2016.

Costi di Personale

I costi del personale sono diminuiti di un importo pari a € 29.213,37 così come appresso specificato:

a) minori spese per le competenze ordinarie (-€ 24.363,65) dovute alle minori somme corrisposte al personale in part/time;

b) minori oneri previdenziali per € 610,00;

c) minori oneri per l'accantonamento ai fondi di fine servizio per € 482,51;

e) minori oneri per le altre spese del personale per € 3.757,21 (minori oneri per le borse di studio).

Costi di funzionamento

Tali costi sono diminuiti di € 106.367,40, rispetto a quanto previsto sul preventivo aggiornato.

Le prestazioni di servizi sono diminuite di € 60.223,43 e si segnalano le più significative:

-oneri di manutenzione ordinaria per € 11.117,38;

-oneri legali per € 13.882,84;

-oneri postali per € 5.787,97;

oneri per la stampa delle pubblicazioni per € 14.020,00;

-oneri per acquisto di buoni pasto per € 3.651,73

Gli oneri per il godimento di beni di terzi sono diminuiti di € 1.267,18;

Gli oneri diversi di gestione hanno registrato una diminuzione di € 15.536,47.

Tra le più significative si riportano quella relativa agli oneri per la certificazione della DOP e della DOC per € 3.502,56, quella per acquisto della cancelleria per € 4.891,84 e la perdita su crediti scaturita dalla eliminazione dei crediti ai sensi della Legge 228/2012 per € 11.991,15.

La diminuzione degli oneri di funzionamento si è registrata anche per gli organi istituzionali con un importo pari a € 17.373,08 (oneri Giunta -€ 11.505,30) e per le quote associative diminuite per € 11.967,24.

Gli ammortamenti e gli accantonamenti sono diminuiti complessivamente di € 39.600,21. Ciò per effetto dell'aumento del fondo svalutazione crediti (+€ 66.523,84) e per la diminuzione degli ammortamenti per una somma pari a € 106.124,05. La diminuzione degli oneri di ammortamento è dovuta alla riduzione dell'aliquota di ammortamento per gli immobili della sede di Via Pomilio.

C) Gestione finanziaria

Per quanto riguarda la gestione finanziaria la diminuzione complessiva di € 5.642,37 è dovuta alla minor giacenza sul conto di Tesoreria unica.

D) Gestione straordinaria

I maggiori proventi straordinari sono da imputare:

- alla rettifica della massa dei crediti da diritto annuale a seguito di quanto previsto dalla Legge 228/2012 per un importo di € 2.142.680,27;
- alla rettifica del fondo svalutazione crediti per € 629.398,15 a seguito delle riscossioni e degli sgravi concessi sui ruoli di diritto annuale;
- alla eliminazione di debiti pregressi per € 143.698,80;

I maggiori oneri straordinari riguardano:

- le rettifiche, a deconto dei proventi straordinari, dei debiti e del fondo svalutazione crediti in particolare per l'eliminazione dei crediti da diritto annuale di cui alla citata Legge 228/12 per € 2.739.330,87.

Lo scostamento della rivalutazione dell'attivo patrimoniale si riferisce alla svalutazione a seguito delle dismissioni delle partecipazioni camerali.

Scostamenti piano investimenti

Lo scostamento del piano degli investimenti si riferisce quasi esclusivamente alla mancata utilizzazione della posta per la manutenzione straordinaria dei fabbricati.

Risorse economiche			
Dati di bilancio Gestione corrente	Consuntivo al 31/12/2013	Consuntivo al 31/12/2014	Consuntivo al 31/12/2015
A) Proventi correnti			
Diritto Annuale	7.733.180,31	7.582.845,07	5.011.005,99
Diritto di Segreteria	1.433.844,33	1.371.823,16	1.403.706,14
Contributi trasferimenti e altre entrate	270.875,53	212.585,77	334.669,52
Proventi da gestione di beni e servizi	74.551,59	81.383,31	83.590,49
Variazione delle rimanenze	-15.571,15	6.707,31	-8.639,05
Totale proventi corrente (A)	9.496.880,61	9.255.344,62	6.824.333,09
B) Oneri Correnti			
Spese per il personale	2.519.948,11	2.538.535,8	2.473.092,92
Spese di funzionamento	2.074.886,24	2.033.982,66	1.853.576,74
Spese per interventi economici	2.481.669,70	2.432.569,15	1.459.760,41
Ammortamenti e accantonamenti	2.713.707,07	2.657.323,63	1.777.535,88
Totale Oneri Correnti (B)	9.790.211,12	9.662.411,24	7.563.965,95
Risultato Gestione Corrente (A-B)	-293.330,51	-113.736,11	-739.632,86

Nella tabella successiva sono riportati i dati rilevanti delle partecipazioni detenute dalla Camera, al fine di ancorare l'analisi dei risultati, che sarà oggetto della sezione successiva, anche al contributo che, attraverso le partecipazioni, la Camera dà allo sviluppo dell'economia provinciale:

Partecipazioni azionarie			
DENOMINAZIONE	NUMERO	% quota di possesso	capitale sottoscritto
INFOCAMERE	13.344	0,234%	41.366,40
BORSA MERCI	1	0,013%	299,62
ISNART SOC. CONSORTILE PER AZIONI	2.000	0,191%	1.900,62
EUROSVILUPPO (dismesso)	55	0,010%	55,00
INTERPORTO VAL PESCARA (dismesso)	6.750	2,722%	67.500,00

Partecipazioni consortili		
DENOMINAZIONE	% quota di possesso	capitale sottoscritto
CONSORZIO AREA DI SVILUPPO IND.LE SANGRO-CASOLI	11,526%	2.582,28
FOND. SUP. IST. NUOVE TECNOL. - ITS	20,000%	20.000,00
GAC GRUPPO AZIONE COSTIERO	16,000%	3.200,00
SOC.CONS. MAIELLA VERDE A R.L.	3,829%	4.000,00

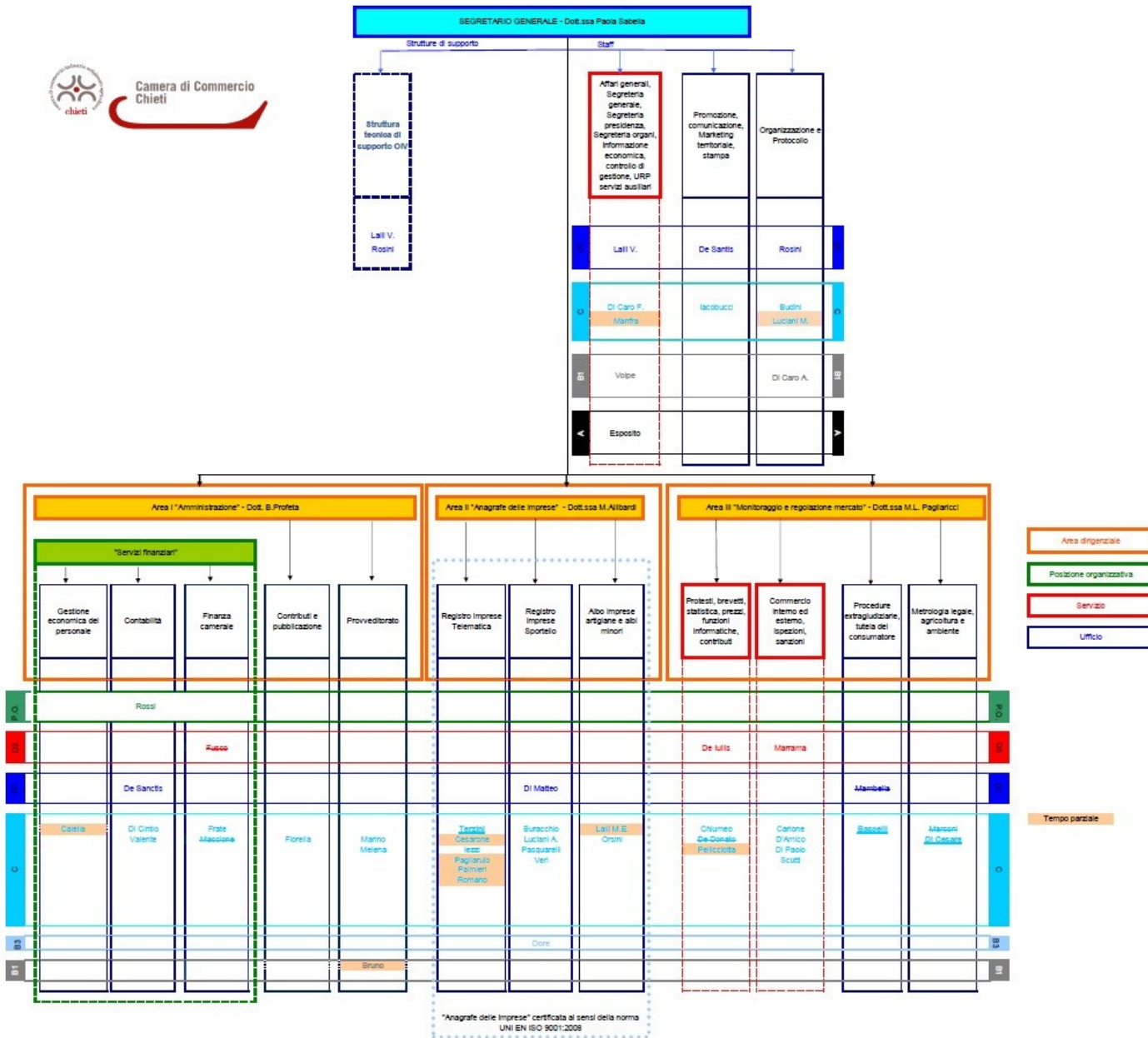
SOC. CONSORTILE RETECAMERE (dismesso)	0,304%	737,57
SOC. CONSORTILE MISTA IND.LE DEL VASTESE (dismesso)	1,357%	300,00
SOC. CONSORT. TRIGNO SINELLO (dismesso)	10,734%	9.500,00
CENTRO AGRO ALIMENTRE LA VALLE DEL PESCARA (dismesso)	4,303%	661.532,21
SOC CONSORTILE SANGRO-AVENTINO ARL (dismesso)	5,322%	6.197,00
C.I.S.M. - CONSORZIO DISTRETTO IND.LE DELLA MAIELLA (dismesso)	1,325%	309,84
CONSORZIO CHIETINO ORTONESE (dismesso)	4,000%	4.000,00
JOB CAMERE SRL (dismesso)	0,140%	843,00
IC OUTSOURCING S.C.AR.L. (dismesso)	0,140%	522,66
DINTEC S.C. a R.L. (dismesso)	0,181%	1.000,00
UNIONTRASPORTI SCARL (dismesso)	0,194%	1.500,00

Le partecipazioni, in ossequio al comma 612 dell'art. 1 Legge 190/2014, sono state razionalizzate con delibera di Giunta del 25/05/2015 n. 21 che ha ratificato la Determinazione d'Urgenza del Presidente n. 7 del 31/03/2015 avente ad oggetto: "Piano di Razionalizzazione delle Società Partecipate dalla Camera di Commercio di Chieti".

L'impegno di risorse che la Camera di commercio ha destinato allo sviluppo di azioni realizzate dalle proprie Aziende Speciali:

Azienda Speciale			
Nome	Dipendenti al 31/12/2015	Contributo previsto	Contributo effettivo
Azienda Speciale "Agenzia di Sviluppo"	4	€ 230.000,00	€ 230.000,00
Azienda Speciale ASPO	//	€ 70.000,00	€ 70.000,00

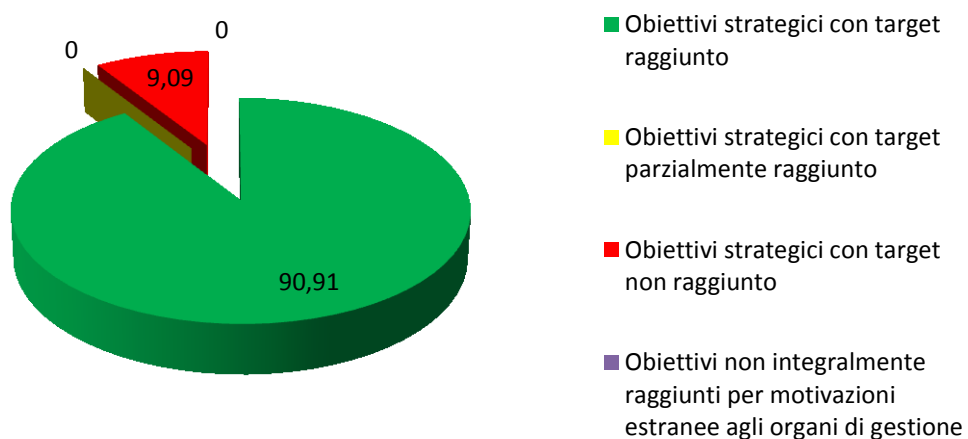




2.3 I risultati raggiunti

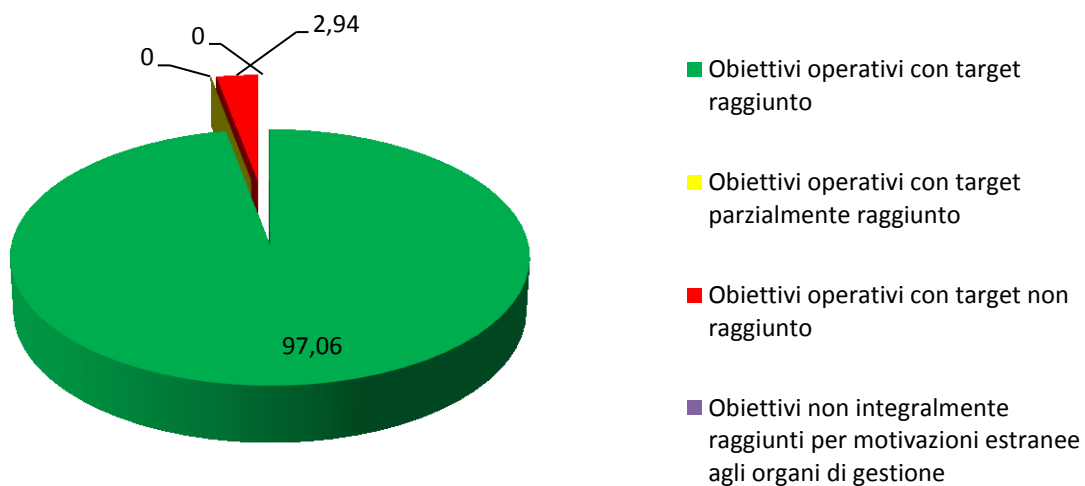
Grado di raggiungimento degli obiettivi strategici pianificati

	Valore assoluto	Valore %
Obiettivi strategici con target raggiunto	10	90,91%
Obiettivi strategici con target parzialmente raggiunto	0	0,00%
Obiettivi strategici con target non raggiunto	0	0,00%
Obiettivi non integralmente raggiunti per motivazioni estranee agli organi di gestione	1	9,09%
Obiettivi strategici totali individuati nel piano della Performance	11	100%



Grado di raggiungimento degli obiettivi operativi programmati pianificati

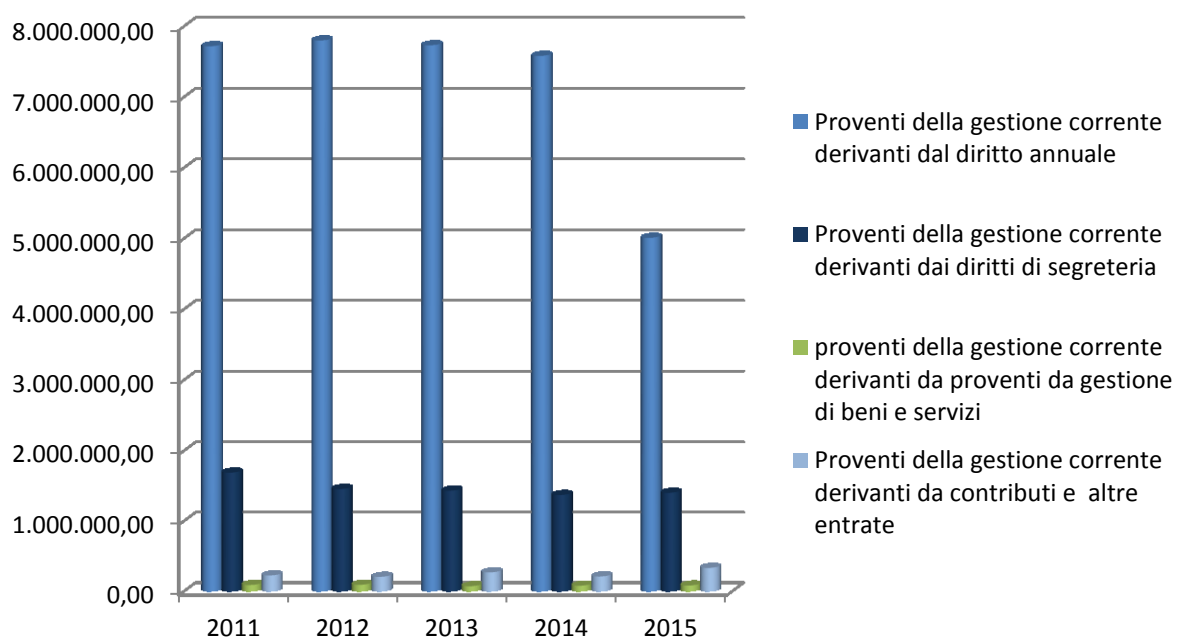
	Valore assoluto	Valore %
Obiettivi operativi con target raggiunto	33	91,67%
Obiettivi operativi con target parzialmente raggiunto	0	0,00%
Obiettivi operativi con target non raggiunto	1	2,77%
Obiettivi non integralmente raggiunti per motivazioni estranee agli organi di gestione	0	5,56%
Obiettivi operativi totali individuati nel piano della Performance	34	100,00%



La dimensione economico-finanziaria: risorse efficienza ed economicità

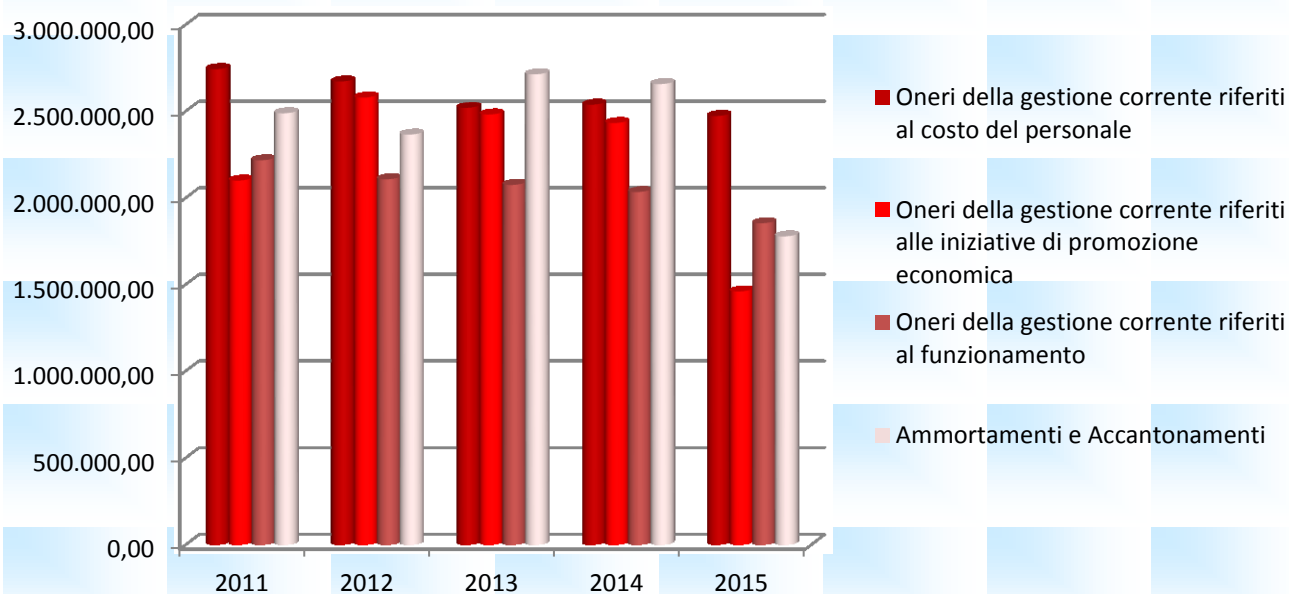
PROVENTI	2011	2012	2013	2014	2015
Proventi della gestione corrente derivanti dal diritto annuale	7.720.015,66	7.801.043,51	7.733.180,31	7.582.845,07	5.011.005,99
Proventi della gestione corrente derivanti dai diritti di segreteria	1.689.917,13	1.457.879,68	1.433.844,37	1.371.823,16	1.403.706,14
proventi della gestione corrente derivanti da proventi da gestione di beni e servizi	91.822,71	93.828,74	74.551,59	81.383,31	83.590,49
Proventi della gestione corrente derivanti da contributi e altre entrate	228.040,38	207.712,54	270.875,53	212.585,77	334.669,52

Confronto proventi gestione corrente



ONERI	2011	2012	2013	2014	2015
Oneri della gestione corrente riferiti al costo del personale	2.743.609,88	2.672.143,30	2.519.948,11	2.538.535,80	2473092,92
Oneri della gestione corrente riferiti alle iniziative di promozione economica	2.099.910,92	2.579.351,16	2.481.669,70	2.432.569,15	1.459.760,41
Oneri della gestione corrente riferiti al funzionamento	2.216.968,52	2.107.515,80	2.074.886,24	2.033.982,66	1.853.576,74
Ammortamenti e Accantonamenti	2.488.608,84	2.365.593,14	2.713.707,07	2.657.323,63	1.777.535,88

Confronto oneri gestione corrente



2.4 Le criticità e le opportunità

OBIETTIVI STRATEGICI: CRITICITA' E OPPORTUNITA' RILEVATE

Per quanto attiene gli obiettivi strategici non vi è nulla di rilevante da evidenziare rispetto a quanto indicato nelle schede di dettaglio. Allo stesso modo nulla di significativo si rileva rispetto agli obiettivi operativi. Per questi ultimi, in particolare, gli eventuali scostamenti sono stati determinati da fattori esogeni non dipendenti dalla volontà dell'Ente. La buona performance registrata è il frutto di un'attenta programmazione e di un costante monitoraggio che ha permesso di modificare gli obiettivi o di adeguare i target in sede di aggiornamento degli obiettivi stessi. Ciò è stato possibile grazie all'esperienza maturata nel corso degli anni ed all'utilizzo delle nuove regole in materia di misurazione e valutazione che ha definito ruoli e funzioni oltre a scandire i tempi del ciclo della performance.

3. OBIETTIVI : RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI

3.1 L'Albero della Performance

La Camera di Commercio di Chieti ha delineato il proprio albero della performance secondo uno schema logico rappresentato come segue:

Mandato Istituzionale: perimetro nel quale l'amministrazione può e deve operare sulla base delle sue attribuzioni/competenze istituzionali

Mission: ragione d'essere e l'ambito in cui la CCIAA di Chieti opera in termini di politiche e di azioni perseguite

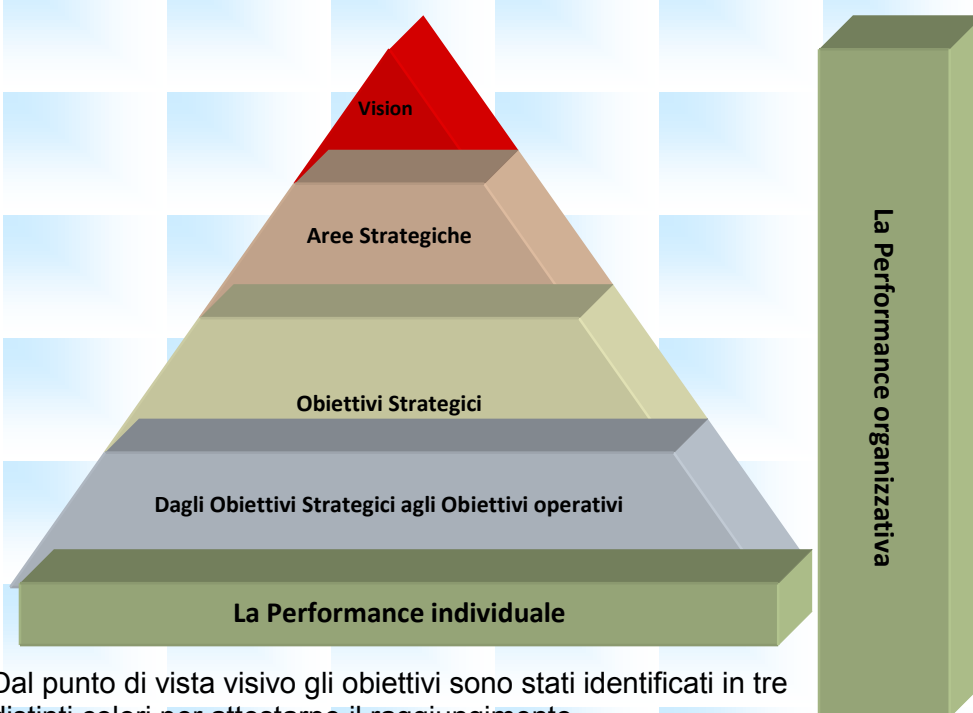
Vision: definizione dello scenario a medio e lungo termine da realizzare, attraverso obiettivi strategici, obiettivi operativi ed azioni facendo leva sui tratti distintivi dell'Ente e del Sistema Camerale nel suo complesso

Aree Strategiche: linee di azione in cui vengono idealmente scomposti e specificati il mandato istituzionale, la missione e la visione. L'area strategica può riguardare un insieme di attività, di servizi o di politiche. La definizione aree strategiche scaturisce da un'analisi congiunta dei fattori interni e dei fattori di contesto esterno. Rispetto alle aree strategiche sono definiti gli obiettivi strategici, da conseguire attraverso adeguate risorse e piani d'azione.

Obiettivi Strategici: descrizione di un traguardo che l'organizzazione si prefigge di raggiungere per eseguire con successo le proprie aree strategiche.

Obiettivi Operativi – Piani Operativi: dettaglio delle azioni necessarie all'implementazione dei programmi strategici e delle relative modalità (risorse umane, risorse economiche, interventi, ecc.)

La Performance Individuale: informazioni sintetiche sul grado di raggiungimento degli obiettivi individuali, garantendo un legame con gli obiettivi strategici della performance organizzativa.



Dal punto di vista visivo gli obiettivi sono stati identificati in tre distinti colori per attestarne il raggiungimento

Raggiunto: >80% parzialmente raggiunto: 60-80% non raggiunto: <60% obiettivo mutato

Non dipendente
dalla volontà degli
organi di gestione

Nei successivi paragrafi 3.1 e 3.2 sono riportate nel dettaglio le percentuali di raggiungimento degli obiettivi

AREA STRATEGICA: COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE

Obiettivi Strategici

Obiettivo Strategico 1

Internazionalizzazione



Obiettivo Strategico 2

Ricerca e sviluppo,
innovazione e
trasferimento tecnologico



Obiettivo Strategico 3

Credito e finanza per le
imprese



Obiettivo Strategico 4

Capitale umano e Università



Obiettivi Operativi

Obiettivo operativo 1.1

Assistenza allo sviluppo ed al
consolidamento dei processi di
internazionalizzazione delle PMI



Obiettivo operativo 2.1

INN.E.T. – Innovazione, Energia e
Trasferimento Tecnologico



Obiettivo operativo 3.1

Migliorare l'accesso al credito delle
Pmi rafforzando il sistema di
garanzia e la cooperazione con il
sistema bancario



Obiettivo operativo 4.1

Sportello FILO



Obiettivo operativo 4.2

Sportello per l'imprenditorialità
giovanile



Obiettivo operativo 4.3

Iniziative progettuali previste da
accordo con Università "G.
D'Annunzio"



Obiettivo operativo 1.2

Assistenza all'accesso al Mercato
Unico Europeo



Obiettivo operativo 2.2

Incrementare la cultura brevettuale e
favorire una maggiore fruizione dei
servizi del Punto di Informazione
Brevettuale



Obiettivo operativo 4.4

Educazione finanziaria



AREA STRATEGICA : COMPETITIVITA' DEL TERRITORIO

Obiettivo Strategico 5

Promozione del territorio e sviluppo dei sistemi locali

Obiettivo Strategico 6

Valorizzazione e promozione delle eccellenze locali

Obiettivo Strategico 7

Consolidare il ruolo della camera come authority locale a tutela delle imprese e dei consumatori

Obiettivo Strategico 8

Distribuzione e commercio

Obiettivo Strategico 9

Infrastrutture fisiche, logistiche e di trasporto

Obiettivi Operativi

Obiettivo operativo 5.1

Realizzazione di mostre di elevata specialità artistica e/o turistico culturale

Obiettivo operativo 6.1

Agricoltura e valorizzazione dei prodotti tipici locali

Obiettivo operativo 7.1

Incremento delle attività di sorveglianza nel campo della metrologia legale ed incremento dell'attività ispettiva in materia di sicurezza dei prodotti

Obiettivo operativo 8.1

Sviluppo delle azioni di marketing urbano per i centri storici

Obiettivo operativo 9.1

Campus Automotive

Obiettivo operativo 5.2

Sviluppo turistico

Obiettivo operativo 7.2

Diffusione degli strumenti di giustizia alternativa

Obiettivo operativo 9.2

ASPO

Obiettivo operativo 5.3

Valorizzazione Costa dei Trabocchi

Obiettivo operativo 7.3

Prosecuzione delle attività a tutela della correttezza dei rapporti contrattuali

Obiettivo operativo 5.4

Progetti Chieti

Obiettivo operativo 7.4

Revisione degli Usi e delle Consuetudini della Provincia di Chieti

AREA STRATEGICA: COMPETITIVITA' DELL'ENTE

Obiettivo Strategico 10

Miglioramento del grado di qualità e trasparenza



Obiettivi Strategici

Obiettivo Strategico 11

Efficacia, efficienza e produttività



Obiettivi Operativi

Obiettivo operativo 10.1

Una camera di commercio efficiente per un territorio più competitivo – azioni di comunicazione



Obiettivo operativo 10.2

Procedure trasparenza



Obiettivo operativo 10.3

Procedure prevenzione corruzione



Obiettivo operativo 11.1

Standard Anagrafe delle imprese



Obiettivo operativo 11.2

Cancellazioni d'ufficio



Obiettivo operativo 11.3

Aggiornamento guide



Obiettivo operativo 11.4

Conversione d'ufficio nella sezione "meccatronica" ai sensi dell'art. 3 della legge 224/2012 nonché della Circ. n. 3659/C 11/03/2013



Obiettivo operativo 11.5

Promozione SUAP



Obiettivo operativo 11.6

Consolidamento efficienza nella gestione dei processi di competenza dell'area amministrativa



Obiettivo operativo 11.7

Implementazione del ciclo della performance



Obiettivo operativo 11.8

Revisione procedure di interscambiabilità dipersonale



Obiettivo operativo 11.9

Ulteriore consolidamento efficienza nella gestione di alcuni processi dell'area di regolazione del mercato, pur in presenza di una avvenuta riduzione della dotazione organica



Obiettivo operativo 11.10

Sviluppare una visione sistemica interfunzionale e trasversale favorendo integrazione di saperi e competenza e la corresponsabilità nel raggiungimento degli obiettivi



3.2 Aree strategiche e obiettivi strategici

Nel piano della performance 2015-2017, in sede di prima applicazione, le schede di programmazione, hanno avuto una diversa nomenclatura; anomalia corretta nel successivo piano della performance. Pertanto, al fine di adeguare il piano della performance alle indicazioni fornite nelle linee guida per la redazione della relazione sulla performance, gli obiettivi strategici indicati nelle schede di programmazione strategica rappresentano i programmi strategici, i risultati strategici rappresentano gli obiettivi strategici in quanto declinazione ed esplicitazione del programma senza nessuna indicazione del risultato da raggiungere ed il risultato atteso, sempre nel piano della performance, è riportato nell'anagrafica dei KPI.

Area strategica

1 Competitività delle imprese

Obiettivi strategico	Indicatori					Grado di raggiungimento obiettivo strategico (tra 0 e 100%)	Descrizione cause eventuale mancato raggiungimento obiettivo strategico
	Descrizione	Peso	Target Atteso	Valore Consumito	Scostamento rispetto al target		
1) Internazionalizzazione Sostenere e sviluppare il processo di internazionalizzazione e l'accesso delle piccole e medie imprese al mercato comunitario ed ai mercati internazionali.	Accordi Stipulati - l'indicatore misura la percentuale di imprese assistite che hanno concluso accordi	70%	>=30%	33%		100%	
	Incremento utenti coinvolti nel processo internazionalizzazione - l'indicatore misura la presenza di nuovi partecipanti alle iniziative sul tema	30%	>=20%	25%			
2) Ricerca e sviluppo, innovazione e trasferimento tecnologico Stimolare e rafforzare il processo di trasferimento tecnologico quale strumento per promuovere l'innovazione delle micro e piccole imprese, stimolando e coordinando le possibili sinergie tra i vari ed importanti centri presenti sul territorio.	Partnership - l'indicatore misura la capacità di aggregazione e di coinvolgimento di soggetti istituzionali e non	20%	>=12%	13%		100%	
	Copertura l'indicatore misura la percentuale di imprese dei settori individuati assistite	20%	>=12%	14%			
	Trasferimento l'indicatore misura il numero di imprese assistite che hanno sviluppato nuovi processi di trasferimento tecnologico anche con partnership trasnazionali	20%	>=12%	12%			
	Variazione di depositi di brevetti e registrazione marchi calcolata sulle medie mobili triennali	20%	>=-10%	-6%			
	Sistemi gestionali Imprese assistite che hanno implementato innovazione	20%	>=10%	43,75%			
3) Credito e finanza per le imprese Agevolare le imprese nella ricerca di finanziamento per le attività di investimento.	Imprese coinvolte nei programmi camerali di sostegno al credito	100	>=0,8	0	1,62	100%	
4) Capitale umano e università L'obiettivo è quello di accrescere il capitale umano nel territorio predisponendo un sistema integrato di servizi e strumenti per l'orientamento al lavoro e alla imprenditoria.	Utenza - crescita servizi erogati per l'orientamento all'imprenditoria	50	>=+10%	-67%	100%	50%	
	Percorsi Realizzazione di percorsi formativi	50	>=1	2			

Area strategica

2 Competitività del territorio

Obiettivi strategico	Indicatori					Grado di raggiungimento obiettivo strategico (tra 0 e 100%)	Descrizione cause eventuale mancato raggiungimento obiettivo strategico
	Descrizione	Peso	Target Atteso	Valore Consumito	Scostamento o rispetto al target		
<p>5) Promozione del territorio e sviluppo dei sistemi locali</p> <p>I piani formulati prevedono un forte impegno nella promozione del territorio di riferimento che possiede un enorme potenziale attrattivo, ma scarsamente promosso ed utilizzato. Attrattività intesa sia nella dimensione del turismo che degli investimenti. Incrementare l'attrattività del territorio provinciale mediante politiche tese a:</p> <p>a) migliorare la dotazione infrastrutturale del territorio per i settori ad alto potenziale di sviluppo; b) sviluppare centri di eccellenza accademici e di ricerca e sviluppo; c) favorire la trasparenza dei mercati.</p>	Realizzazione iniziative	100	>=3	7		100%	
<p>6) Valorizzazione e promozione delle eccellenze locali</p> <p>Valorizzare e promuovere le eccellenze locali: a) nel settore agroalimentare; b) nei settori dell'artigianato artistico. Rilanciare l'attività agricola, in un territorio caratterizzato da una forte vocazione nel settore primario, mediante azioni tese a promuovere e salvaguardare le produzioni locali.</p>	Progetti promozionali di valorizzazione del territorio e dei prodotti locali realizzati	50	>=3	4		100%	
	Imprese coinvolte nelle azioni di promozione	50	>=140	330			
	Grado attuazione ASPO - Anno 2014 Costituzione ASPO; Anno 2015 Avvio attività operativa nei Porti di Ortona e Vasto; Anno 2016 Rafforzamento attività per lo sviluppo dei traffici	50%	=100%	100%			

Obiettivi strategico	Indicatori					Grado di raggiungimento obiettivo strategico (tra 0 e 100%)	Descrizione cause eventuale mancato raggiungimento obiettivo strategico
	Descrizione	Peso	Target Atteso	Valore Consuntivo	Scostamento rispetto al target		
7) Consolidare il ruolo della Camera come authority locale a tutela delle imprese e dei consumatori Per non scoraggiare la domanda di servizi e prodotti si rende necessario attivare tutti gli strumenti per tutelare il contraente debole (consumatore) attraverso una piena utilizzazione degli strumenti che il Legislatore ha messo a disposizione dell'Ente su tale linea di attività.	Gradimento Servizio di Mediazione Camerale (scala da 1 a 5)	16,67	>=4	4,7		100%	
	Strumenti metrici verificati nell'anno corrente rispetto all'anno precedente	16,67	>=0,6	0,91			
	Procedure A.D.R. gestite nell'anno rispetto a quelle gestite nell'anno precedente	16,67	>=1,25	1,38			
	Interventi di assistenza tecnico-giuridica in tema clausole inique	16,67	>=3	3			
	Visite effettuate con controllo visivo	16,67	>=6	6			
	Conferma CCIAA quale Organismo di Controllo DOP Colline Teatine	16,65	SI	SI			
8) Distribuzione e commercio Rilancio attività economiche e individuazione e definizione di strumenti per la diffusione dell'applicazione del contratto di rete	Percentuale utilizzo risorse disponibili	100	>=90	100		100%	
9) Infrastrutture fisiche, logistiche e trasporti Sostegno al potenziamento e sviluppo delle infrastrutture fisiche logistiche e di trasporto a disposizione delle imprese e del territorio provinciale in generale.	Attuazione Campus Automotive	50	>=50%	100%		100%	
	Attuazione ASPO	50	>=50%			100%	

Area strategica

3 Competitività dell'Ente

Obiettivi strategico	Indicatori					Grado di raggiungimento obiettivo strategico (tra 0 e 100%)	Descrizione cause eventuale mancato raggiungimento obiettivo strategico
	Descrizione	Peso	Target Atteso	Valore Consuntivo	Scostamento rispetto al target		
10) Miglioramento del grado di qualità e trasparenza Miglioramento grado di trasparenza ed integrità, nonché del livello qualitativo delle attività e servizi offerti dalla Camera di Commercio.	Pagine web scaricate (L'indicatore misura la variazione delle pagine scaricate dal sito web istituzionale)	20%	>=10%	47,24%		100%	
	Riduzione cartaceo (L'indicatore tende a verificare il processo di dematerializzazione all'interno dell'Ente)	40%	>=5%	20,51%			
	Visitatori portale e social media (L'indicatore misura l'incremento delle pagine visitate)	20%	>=15%	32,70%			
	Reclami pervenuti (L'indicatore tende a monitorare la variazione dei reclami pervenuti rispetto all'anno precedente)	20%	0	0			
11) Efficacia ed efficienza Prospettiva orientata ad individuare il grado di efficacia e di efficienza e controllare i processi interni mediante l'ottimizzazione di quelli esistenti ed alla definizione di processi attraverso i quali perseguire gli obiettivi strategici	Oneri di funzionamento (L'indicatore tende a misurare la riduzione dei costi di funzionamento dell'Ente al netto degli oneri per l'automazione)	35%	<=-2%	-12,86%		100%	
	Spese postali (L'indicatore tende a misurare l'incremento dell'uso delle PEC attraverso un monitoraggio della riduzione delle spese postali)	25%	>=1%	24,43%			
	Lavorazione pratiche Registro Imprese (L'indicatore tende a misurare i tempi di lavorazione delle pratiche del registro delle imprese a parità di FTE)	25%	<= 3,5 giorni	2,2			
	Lavorazione pratiche Albi, Ruoli e Registri minori (L'indicatore tende a misurare i tempi di lavorazione delle pratiche degli altri ruli, albi e registri a parità di FTE)	15%	<=17 giorni	9,6			

3.3 Obiettivi e piani operativi

MACRO AREA 1 COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE

Obiettivo strategico 1) INTERNAZIONALIZZAZIONE

Obiettivi operativo	Indicatori					Grado di raggiungimento obiettivo operativo (tra 0 e 100%)	Descrizione cause eventuale mancato raggiungimento obiettivo operativo
	Descrizione	Peso	Target Atteso	Valore Consumito	Scostamento rispetto al target		
1.1 Assistenza allo sviluppo ed al consolidamento dei processi di internazionalizzazione delle PMI Erogazione di un pacchetto integrato di servizi di informazione, orientamento, assistenza, consulenza, formazione e promozione rivolto alle imprese che vogliono attivare, diversificare, ampliare o focalizzare i propri processi di internazionalizzazione.	CSC - Gradimento delle azioni partecipate	10%	>8	9,05		95,375	
	Percentuale utilizzo risorse disponibili	10%	>=80	51%	36,25%		
	Imprese partecipanti al programma sul tema internazionalizzazione nell'anno	20%	>=35	47			
	Trattative avviate	10%	>=20	18	10%		
	Buyer stranieri coinvolti nell'anno	50%	>=50	939			
1.2 Assistenza all'accesso al Mercato Unico Europeo Erogazione di servizi nel contesto di riferimento dato da progetti, iniziative e strumenti (anche agevolativi) di livello regionale, nazionale e comunitario nonché di sistema camerale nazionale, al fine di : - facilitare le transazioni nel Mercato Unico europeo; - informare sulle attività e le opportunità nell'ambito dell'Unione europea; - fornire consulenza sulla legislazione europea, le politiche ed i programmi dell'Unione europea di interesse per le imprese; - accrescere la partecipazione delle imprese alle decisioni dell'Unione europea.	CSC - Gradimento delle azioni partecipate (scala da 1 a 10)	10%	>8	8,1		98,625%	
	Percentuale utilizzo risorse disponibili	10%	>=80	69%	13,75%		
	Partecipanti tirocini e corsi di formazione	80%	>=50	94			

Obiettivo strategico

2) RICERCA E SVILUPPO, INNOVAZIONE E TRASFERIMENTO TECNOLOGICO

Obiettivi operativo	Indicatori					Grado di raggiungimento obiettivo operativo (tra 0 e 100%)	Descrizione cause eventuale mancato raggiungimento obiettivo operativo
	Descrizione	Peso	Target Atteso	Valore Consuntivo	Scostamento rispetto al target		
2.1 INN.E.T. – Innovazione, Energia e Trasferimento Tecnologico Contribuire all'aumento dei progetti di innovazione implementati dalla PMI provinciali	Percentuale utilizzo risorse disponibili	10%	>=70	97%		100%	
	Partecipazione a workshop/seminari/percorsi formativi / azioni di sensibilizzazione su tematiche legate all'innovazione	20%	>=30	33			
	Chek-up innovazione	40%	>=5	7			
	Trattative avviate	10%	>=3%	14,29%			
	CSG – Gradimento delle azioni partecipate	10%	>=8	8,5			
	Eventi brokeraggio EEN	10%	>=1	1			
2.2 Favorire l'innovazione, il trasferimento tecnologico e la tutela della proprietà intellettuale Realizzazione di azioni intese a favorire la diffusione dell'innovazione, del trasferimento tecnologico e della tutela della proprietà intellettuale attraverso interventi formativi e di assistenza legale e tecnica	Numero partecipanti corsi/convegni	50	>=48	77		100%	
	Realizzazione seminari workshop	50	>=8	8			

Obiettivo strategico	3)CREDITO E FINANZA PER LE IMPRESE
-----------------------------	---

Obiettivi operativo	Indicatori					Grado di raggiungimento obiettivo operativo (tra 0 e 100%)	Descrizione cause eventuale mancato raggiungimento obiettivo operativo
	Descrizione	Peso	Target Atteso	Valore Consuntivo	Scostamento rispetto al target		
<p>3.1 Migliorare l'accesso al credito delle Pmi rafforzando il sistema di garanzia e la cooperazione con il sistema bancario</p> <p>Il programma è volto a sostenere le imprese attraverso il supporto ai processi di patrimonializzazione dei consorzi di garanzia fidi e la messa a regime della procedura relativa al Bando per l'accesso al Fondo di Garanzia della CCIAA di Chieti per la nuova microimprenditorialità.</p>	Percentuale utilizzo risorse disponibili	100 %	=100%	100%		100%	

Obiettivo strategico 4) CAPITALE UMANO E UNIVERSITA'

Obiettivi operativo	Indicatori					Grado di raggiungimento obiettivo operativo (tra 0 e 100%)	Descrizione cause eventuale mancato raggiungimento obiettivo operativo
	Descrizione	Peso	Target Atteso	Valore Consuntivo	Scostament o rispetto al target		
4.1 Sportello FILO Erogazione di servizi per l'orientamento al lavoro ed alla imprenditoria ed il costante aggiornamento della piattaforma nazionale del sistema camerale per il territorio di competenza.	Numero utenti	100 %	>=30	40		100%	
4.2 Sportello per l'imprenditoria giovanile Informazione ed assistenza alla start up d'impresa.	Numero utenti	100 %	>=20	30		100%	
4.3 Iniziative progettuali previste da accordo con Università "G. D'Annunzio" Implementazione attività previste da Convenzione nel campo dell'innovazione, dell'internazionalizzazione e dell'orientamento al lavoro ed all'imprenditorialità.	Incontri	100 %	>=2	4		100%	
4.4 Educazione finanziaria Sperimentazione di un percorso di educazione finanziaria negli istituti d'istruzione secondaria superiore ed Università.	Partecipanti	100 %	>=30	0	100%	0%	Non c'è stato riscontro da parte degli Istituti di credito contatti in un percorso innovativo per la Regione Abruzzo

MACRO AREA 2 COMPETITIVITA' DEL TERRITORIO

Obiettivo strategico 5) PROMOZIONE DEL TERRITORIO E SVILUPPO DEI SISTEMI LOCALI

Obiettivi operativo	Indicatori					Grado di raggiungimento obiettivo operativo (tra 0 e 100%)	Descrizione cause eventuale mancato raggiungimento obiettivo operativo
	Descrizione	Peso	Target Atteso	Valore Consuntivo	Scostamento rispetto al target		
5.1 Realizzazione di mostre di elevata specialità artistica e/o turistico-culturale Promozione del territorio e dell'economia locale tesa a sviluppare il turismo mediante la valorizzazione degli eventi realizzati presso i locali camerali adibiti a mostre, esposizioni, anche permanenti di prodotti tipici, e convegni.	CSG – Gradimento delle azioni partecipate (scala da 1 a 10)	50%	>=8,5	9,4		100%	
	Numero eventi realizzati	50%	>=20	26			
5.2 Sviluppo turistico L'obiettivo operativo prevede diverse azioni in tema di turismo, dall'avvio del progetto - 2ª edizione - della Costa dei Trabocchi che Vorrei all'assegnazione del marchio di qualità Ospitalità Italiana, al progetto Le Vie dei Tratturi. Il carattere distintivo di tale obiettivo è il coinvolgimento delle imprese ai progetti camerali.	Imprese partecipanti ad eventi	20%	>=200	220		100%	
	Grado di gradimento (giudizio "Pienamente soddisfacente" e "Soddisfacente" rispetto al totale delle risposte di Customer Satisfaction)	10%	>=80%	100%			
	Percentuale utilizzo risorse disponibili	20%	>=80	100%			
	Azioni realizzate	50%	>= 3	6			
5.3 Valorizzazione Costa dei Trabocchi La valorizzazione della Costa dei Trabocchi, nell'ambito della promozione della Via Verde, è uno degli interventi prioritari della consiliatura 2015-2020; primo passo sarà definire il piano generale degli interventi da realizzare. La Camera di Commercio attiverà con la provincia di Chieti, i Comuni della Costa, le DMC, i GAL Maiella Verde e il GAC della Costa dei Trabocchi un importante intervento a supporto della realizzazione della pista ciclabile con interventi materiali ed immateriali	Stesura piano attività	100 %	>=1	1		100%	
5.4 Progetti Chieti Il rilancio di Chieti è uno degli interventi prioritari della consiliatura 2015-2020; primo passo sarà definire il piano generale degli interventi da realizzare; alcune iniziative saranno proprie della CCIAA di Chieti, altre saranno gestite in maniera congiunta con una forte integrazione funzionale con Comune di Chieti, Università...	Stesura piano attività	100 %	>=1	1		100%	

Obiettivo strategico

6)VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DELLE ECCELLENZE LOCALI

Obiettivi operativo	Indicatori					Grado di raggiungimento obiettivo operativo (tra 0 e 100%)	Descrizione cause eventuale mancato raggiungimento obiettivo operativo
	Descrizione	Peso	Target Atteso	Valore Consumito	Scostamento o rispetto al target		
6.1 Agricoltura e valorizzazione dei prodotti tipici locali (Promozione, con progetti specifici e di interesse per i produttori, della produzione agroalimentare di qualità della provincia di Chieti)	Rispetto termini previsti	90%	<= 30/06/15	04/06/15		100%	
	Grado di giudizio ("Pienamente soddisfacente e soddisfacente rispetto al totale delle risposte di Customer Satisfaction)	50%	>=80%	100%			

Obiettivo strategico

7) CONSOLIDARE IL RUOLO DELLA CAMERA COME AUTHORITY LOCALE A TUTELA DELLE IMPRESE E DEI CONSUMATORI

Obiettivi operativo	Indicatori					Grado di raggiungimento obiettivo operativo (tra 0 e 100%)	Descrizione cause eventuale mancato raggiungimento obiettivo operativo
	Descrizione	Peso	Target Atteso	Valore Consumito	Scostamento o rispetto al target		
<p>7.1 Incremento dell'attività di sorveglianza nel campo della metrologia legale ed incremento dell'attività ispettiva in materia di sicurezza dei prodotti L'obiettivo mira a: 1) contenere il decremento della domanda di verifica periodica a seguito delle recenti novità normative e ridimensionamento degli uffici; 2) incrementare l'attività ispettiva in materia di sicurezza dei prodotti limitando le stesse alla verifica visiva dei prodotti date le ridotte disponibilità finanziarie.</p>	Numero minimo di verifiche ed ispezioni da eseguire	100 %	> 1900	2.224		100%	
<p>7.2 Diffusione degli strumenti di giustizia alternativa La Camera si pone l'obiettivo di continuare a favorire il ricorso agli strumenti di giustizia alternativa attraverso il consolidamento del servizio di Mediazione, predisponendo tutte le attività necessarie a fornire un servizio, pur in presenza di una ridefinizione della dotazione organica dell'Ufficio "Procedure extragiudiziarie, tutela del consumatore"</p>	Conciliazioni e mediazioni avviate dalla Camera di Commercio nell'anno	70%	>=100	125		91,33%	
	Procedure di arbitrato avviate	5%	>=1	0	100%		
	Percentuale utilizzo risorse disponibili	25%	>=75%	64%	14,67%		
<p>7.3 Prosecuzione delle attività a tutela della correttezza dei rapporti contrattuali La Camera si pone l'obiettivo di consolidare le attività del servizio camerale sul controllo delle clausole inique e sulla predisposizione dei contratti tipo pur in presenza di ridotte disponibilità finanziarie e della revisione della dotazione organica disponibile.</p>	Percentuale utilizzo risorse disponibili	50%	>=60	99%		100%	
	Riunioni Organo tecnico di consulenza	50%	>=6	6			
<p>7.4 Revisione degli Usi e Consuetudini della provincia di Chieti La Camera si pone l'obiettivo di procedere alla revisione degli usi e delle consuetudini della provincia di Chieti ed all'aggiornamento del relativo programma di lavori.</p>	Rispetto termine previsto	100 %	<= 15/12/15	14/12/15		100%	

Obiettivo strategico

8)DISTRIBUZIONE E COMMERCIO

Obiettivi operativo	Indicatori					Grado di raggiungimento obiettivo operativo (tra 0 e 100%)	Descrizione cause eventuale mancato raggiungimento obiettivo operativo
	Descrizione	Peso	Target Atteso	Valore Consumito	Scostamento rispetto al target		
8.1 Sviluppo delle azioni di marketing urbano per i centri storici Sviluppo concreto degli indirizzi contenuti nei Piani di Marketing urbano per la valorizzazione delle attività dei centri storici dei più grandi comuni della provincia di Chieti, di concerto con le amministrazioni comunali interessate.	Percentuale utilizzo risorse disponibili	50%	>=80	100%		100%	
	Numero eventi realizzati	50%	=2	2			

Obiettivo strategico

9)INFRASTRUTTUR FISICHE, LOGISTICHE E DI TRASPORTO

Obiettivi operativo	Indicatori					Grado di raggiungimento obiettivo operativo (tra 0 e 100%)	Descrizione cause eventuale mancato raggiungimento obiettivo operativo
	Descrizione	Peso	Target Atteso	Valore Consumito	Scostamento o rispetto al target		
9.1 Campus Automotive Iter per la revisione del progetto Campus Automotive in relazione agli interventi ed alle criticità riscontrate (es. contenziosi con i progettisti, criticità rilevate con le Amministrazioni interessate).	Numero incontri	100 %	>=3	5		100%	
9.2 ASPO La Camera di commercio di Chieti Dopo la costituzione dell'azienda speciale è necessario intraprendere un percorso per avviare ed organizzare concretamente le attività dell'ASPO	Azioni di marketing	35%	>=3	4		100%	
	Percentuale utilizzo risorse disponibili	35%	>=80	89%			
	Collaborazioni attivate	30%	>=2	3			

Obiettivo strategico

10)MIGLIORAMENTO DEL GRADO DI QUALITÀ E TRASPARENZA

Obiettivi operativo	Indicatori					Grado di raggiungimento obiettivo strategico (tra 0 e 100%)	Descrizione cause eventuale mancato raggiungimento obiettivo strategico
	Descrizione	Peso	Target Atteso	Valore Consuntivo	Scostamento o rispetto al target		
10.1 Una Camera di Commercio efficiente per un territorio più competitivo - Azioni di comunicazione	Percentuale utilizzo risorse disponibili	50%	>=80	100%		100%	
	Azioni realizzati	50%	=2	64			
10.2 Procedure trasparenza Espletamento di tutte le attività previste per l'anno 2015 nel piano della trasparenza	Azioni Piano Trasparenza	50%	>=80%	100%		100%	
	Giornata della trasparenza	50%	<= 31/12/15	24/12/15			
10.3 Procedure prevenzione corruzione Implementazione coordinamento e monitoraggio di tutte le misure previste nel Piano di prevenzione della Corruzione	Misure obbligatorie	70%	>=80%	100%		100%	
	Misure Ulteriori	30%	>=50%	100%			

Obiettivo strategico

11)EFFICACIA, EFFICIENZA E PRODUTTIVITÀ

Obiettivi operativo	Indicatori					Grado di raggiungimento obiettivo strategico (tra 0 e 100%)	Descrizione cause eventuale mancato raggiungimento obiettivo strategico
	Descrizione	Peso	Target Atteso	Valore Consuntivo	Scostamento o rispetto al target		
<p>11.1 Standard Anagrafe Imprese Mantenimento standard tempi di evasione delle pratiche, con esclusioni dei bilanci e delle PEC</p>	Tempi medi di lavorazione delle pratiche telematiche Registro Imprese	100 %	<=4	2,2		100%	
<p>13.2 Cancellazioni d'ufficio Al fine di garantire l'attendibilità delle informazioni contenute nel Registro delle Imprese si rende necessario effettuare le cancellazioni d'ufficio ex DPR 247/2004</p>	Posizioni analizzate	100 %	>=70%	114%		100%	
<p>11.3 Aggiornamento guide Al fine di garantire maggiore trasparenza ed illustrare in maniera puntuale gli adempimenti in coerenza con gli aggiornamenti normativi, nonché ridurre le richieste di informazioni, si rende necessario predisporre le guide concernenti le attività di: autoriparazione; facchinaggio; imprese di pulizia; installazione di impianti</p>	Guide aggiornate	100 %	>=80%	100%		100%	
<p>11.4 Conversione d'ufficio alla sezione "meccatronica" ai sensi dell'art. 3 della legge n. 224/2012 nonché della Circolare Ministeriale n. 3659/C del 11 marzo 2013 Conversione d'ufficio alla sezione meccatronica delle imprese che, alla data di entrata in vigore della legge 224/2012, risultavano iscritte al Registro delle Imprese o all'Albo delle Imprese Artigiane e abilitate, ai sensi dell'art. 1, comma 3 della legge 5 febbraio 1992 n. 122 del testo previgente, sia all'attività di meccanica-motoristica sia a quella di elettrauto..</p>	Posizione verificate	100 %	>=80%	90,91%		100%	
<p>11.5 Promozione SUAP La necessità di supportare i Comuni i cui SUAP sono gestiti in delega/convenzione con la CCIAA risponde all'esigenza di rendere il più efficace possibile il portale del sistema camerale, al fine di promuovere tale standard, a carattere nazionale, tra il maggior numero di Comuni possibili</p>	Richieste di assistenza soddisfatte	100 %	>=80%	100%		100%	

Obiettivi operativo	Indicatori					Grado di raggiungimento obiettivo strategico (tra 0 e 100%)	Descrizione cause eventuale mancato raggiungimento obiettivo strategico
	Descrizione	Peso	Target Atteso	Valore Consumito	Scostamento rispetto al target		
11.6 Consolidamento efficienza nella gestione dei processi di competenza dell'area amministrativa Efficienza ed efficacia dell'azione amministrativa	Tempi medi di evasione	100 %	<=18,48 Giorni	15,78 giorni		100%	
11.7 Implementazione ciclo della performance Implementazione ciclo della performance – Livello di report realizzati sullo stato di avanzamento degli obiettivi	Report inviati all'OIV sullo stato di realizzazione degli obiettivi	100 %	=2	2		100%	
11.8 Revisione procedure ed interscambiabilità personale Reingegnerizzazione e gestione dei processi di competenza dell'Ufficio "Organizzazione e Protocollo" alla luce del processo di riorganizzazione e degli adempimenti in materia di protocollo informativo	Verifica adempimenti per l'adeguamento al protocollo ed al fascicolo informatico	70%	<= 31/10/15	22/04/15		100%	
	Interscambiabilità di personale per processi indicati e per equivalenza di mansioni	30%	=100%	100%			
11.9 consolidamento efficienza nella gestione dei processi di competenza dell'area regolazione del mercato L'obiettivo mira a consolidare ulteriormente l'efficienza nella gestione di alcuni processi dell'area regolazione del mercato, pur in presenza di una avvenuta riduzione della dotazione organica	Recupero medio efficienza	100 %	>=5%	>5%		100%	
11.10 Sviluppare una visione sistemica interfunzionale e trasversale favorendo l'integrazione di saperi e competenze e la corresponsabilità nel raggiungimento degli obiettivi L'obiettivo mira a realizzare percorsi di formazione finalizzati a valorizzare i comportamenti collaborativi a tutti i livelli dell'Area Dirigenziale III, utilizzando docenti interni	Uffici/Servizi dell'Area III coinvolti	40%	>=2	3		100%	
	Dipendenti formativi	60%	>=2	2			

3.4 Obiettivi individuali

Come espressamente previsto nel Piano della Performance 2015-2017, specificamente al § 6.a, con l'approvazione del piano di cui trattasi la Giunta camerale ha assegnato al Segretario Generale l'obiettivo di attivare quanto in esso indicato.

Pertanto, nel rispetto delle previsioni di cui al D.Lgs. 165/2001, del DPR 254/2005 e del Regolamento di Organizzazione degli Uffici e dei Servizi vigente, il Segretario Generale, nell'esercizio delle proprie funzioni di vertice dell'Amministrazione (art. 20 Legge 580/1993), con proprio provvedimento, ha assegnato gli obiettivi indicati nel piano della performance alla dirigenza, la quale, nell'ambito delle proprie prerogative fissate dalle disposizioni normative e regolamentari già richiamate, ha provveduto ad assegnare gli obiettivi al personale non dirigente.

Gli obiettivi del personale non dirigente sono stati assegnati in funzione delle azioni indicati nel Piano della Performance. Come previsto nel Sistema di Misurazione e Valutazione, gli obiettivi operativi rappresentano gli obiettivi individuali dei Dirigenti, mentre le azioni corrispondono agli obiettivi individuali del personale; per favorire il lavoro di gruppo sono previsti anche gli obiettivi delle strutture gerarchicamente superiori che, per il personale delle categorie è rappresentato dagli obiettivi del Dirigente, mentre per i dirigenti sono tutti gli obiettivi del piano.

Poiché il livello di relazione raggiunge gli obiettivi operativi gli obiettivi del personale delle categorie vengono riportati a soli fini statistici.

Nelle tabelle che seguono non vengono, inoltre, riportati gli obiettivi di diretta imputazione dell'Azienda Speciale ove, come già specificato in sede di illustrazione dell'organizzazione, afferisce un solo Direttore a cui, conseguentemente, compete la responsabilità del raggiungimento dei relativi obiettivi.

In relazione a quanto sopra riportato si illustrano i dati sull'assegnazione degli obiettivi alla Dirigenza nonché all'azienda speciale "Agenzia di Sviluppo" alle posizioni organizzative (una sola posizione attinente i "Servizi finanziari") ed al personale.

OBIETTIVI ASSEGNATI AI DIRIGENTI (Valore assoluto)

Ente	Anno 2013			Anno 2014			Anno 2015		
	Ente	di cui Dirig.	Azienda Speciale	Ente	di cui Dirig.	Azienda Speciale	Ente	Di cui Dirig.	Azienda Speciale
Obiettivi con target raggiunto	20	15	4	26	15	7	27	15	6
Obiettivi con target parz. raggiunto	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Obiettivi con target non raggiunto	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Non raggiunti per cause non dip. da organo di gestione	1	0	4	0	0	2	0	0	0
Obiettivi totali assegnati	21	15	8	26	15	10	27	15	7

OBIETTIVI ASSEGNATI AI DIRIGENTI (Valore PERCENTUALE)

	Ente	Di cui Dirig.	Azienda Speciale	Ente	Di cui Dirig.	Azienda Speciale	Ente	Di cui Dirig.	Azienda Speciale
Obiettivi con target raggiunto	95,24	100	50,00	100,00	100,00	70,00	100,00	100	85,71%
Obiettivi con target parz. raggiunto	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Obiettivi con target non raggiunto	0,00	0,00	0,00	0	0	10,00	0	0	14,29%
Non raggiunti per cause non dip. da organo di gestione	4,76	0,00	50,00	0	0	20,00	0	0	0
Obiettivi totali assegnati	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

OBIETTIVI AI DIRIGENTI SCOMPOSTI PER AREA DIRIGENZIALE

	Valore assoluto			Valore %		
	Area I	Area II	Area III	Area I	Area II	Area III
Obiettivi dei dirigenti con target raggiunto	2	5	8	100,00%	100,00%	100,00%
Obiettivi dei dirigenti con target parzialmente raggiunto	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
Obiettivi dei dirigenti con target non raggiunto	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
Non raggiunti per cause non dip. da organo di gestione	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
Obiettivi totali assegnati ai dirigenti per Area	2	5	8	100,00%	100,00%	100,00%

OBIETTIVI ASSEGNATI ALLA POSIZIONE ORGANIZZATIVA

	Valore assoluto	Valore %
Obiettivi della p.o. con target raggiunto	3	100,00%
Obiettivi della p.o. con target parzialmente raggiunto	0	0,00%
Obiettivi della p.o. con target non raggiunto	0	0,00%
Obiettivi totali assegnati ai dirigenti	3	100,00%

OBIETTIVI ASSEGNATI AL PERSONALE

	Valore assoluto	Valore %
Obiettivi del personale con target raggiunto	129	100,00%
Obiettivi del personale con target parzialmente raggiunto	0	0%
Obiettivi del personale con target non raggiunto	0	0%
Obiettivi totali assegnati ai dirigenti	129	100,00%

4. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITA'

Indice	composizione	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1. Indice di rigidità	Oneri correnti - Interventi economici/ Proventi correnti	79,08%	76,49%	74,73%	76,96%	78,16%	89,45%
2. Indice risorse umane	Costi del Personale / Oneri correnti	31,08%	28,73%	27,48%	25,74%	26,26%	32,70%
3. Margine di struttura finanziaria a breve termine	Attivo circolante - Passivo a breve / Passivo a breve	3,376%	3,525%	4,043%	5,115%	7,72% (*)	7,20%
4. Solidità Finanziaria	Patrimonio netto/Passivo totale	3,482%	3,281%	3,216%	3,052%	3,70% (*)	3,95%
5. Interventi economici per impresa attiva	Interventi economici/Numero imprese attive	€ 42,32	€ 44,18	€ 54,71	€ 60,38	€ 59,86	€ 32,08
6. Indice di riscossione del Diritto annuale	Totale riscossioni spontanee del Diritto Annuale anno "n" / Dovuto per Diritto Annuale anno "n"	81,64%	76,47%	74,39%	73,65%	72,09%	71,12%

(*) tali indici, al netto del contributo per l'automotive da restituire alla Regione Abruzzo sarebbero, rispettivamente, 5,96% e 3,11%

5. LA DIMENSIONE DI GENERE: PARI OPPORTUNITA'

La Camera di Commercio di Chieti ha voluto dare avvio ad un processo di sensibilizzazione degli amministratori e degli stakeholder interni ed esterni sulla questione di genere e sull'impatto diversificato delle politiche attraverso le seguenti azioni:

- ridurre le disuguaglianze di genere attraverso una distribuzione più equa delle risorse
- migliorare efficacia, efficienza e trasparenza dell'azione amministrativa
- promuovere una lettura ed una analisi del contesto di riferimento e delle diverse esigenze presenti nel tessuto economico-sociale e di rispondere coerentemente ad esse
- adozione del nuovo Statuto camerale per, tra l'altro, promuovere la presenza di genere nei propri organi istituzionali e negli organi collegiali degli enti ed aziende dipendenti dalla Camera
- forte impulso all'attività del Comitato per la Promozione dell'Imprenditorialità Femminile della Camera di Commercio di Chieti, adattando strumenti ed azioni alle specificità delle imprese a conduzione femminile, con la realizzazione delle seguenti iniziative:

1. 13-14 febbraio 2015 – 2^a edizione di San Valentina Colei che Vale, 14 maggio 2015

2. 14 maggio 2015 - Stati Generali delle Donne.

3. 25-28 settembre, Expo Milano, My Wedding Abruzzo. Un motivo in più per sposarsi in Abruzzo.

Sintesi:

Le attività 2015 del Comitato per la promozione dell'Imprenditorialità Femminile per il 2015 hanno avuto l'obiettivo di costruire delle iniziative "stabili", dei luoghi di confronto più che semplici iniziative formative, come avvenuto negli anni precedenti. E' continuata l'esperienza di San Valentina Colei che Vale che ha segnato le sue attività sui temi dell'Expo e della legalità nel fare impresa e nel rapporto sempre vivo con il mondo scolastico. Collegate al tema di San Valentina Colei che vale le iniziative degli Stati Generali delle Donne, piattaforma di impegno femminile sui temi dell'impresa e dell'impegno civile nei vari ambiti della società civile. A settembre, nell'ambito delle iniziative per l'Expo 2015, il Comitato Imprenditoria Femminile ha coordinato la partecipazione di 13 aziende della provincia di Chieti nell'iniziativa My Wedding Abruzzo, per presentare le opportunità del turismo nuziale nella provincia di Chieti e in Abruzzo.

1. 13-14 febbraio 2015 – 2^a edizione di San Valentina Colei che Vale, 14 maggio 2015

"San Valentin...a Colei che vale" è una kermesse al femminile densa di appuntamenti: spazi espositivi per imprese, incontri con le scuole, due focus di alto profilo sull'EXPO2015 e sul tema Etica, Lavoro, Legalità, ed altro ancora in due giornate in cui le donne imprenditrici e le loro esperienze sono il cuore dell'evento.

La rassegna, in programma a Chieti presso il Centro Espositivo della Camera di Commercio di Chieti, si è aperta venerdì 13 febbraio alle ore 16.00 con un convegno dal titolo: "**Verso l'EXPO2015, l'imprenditoria femminile si fa avanti**" al quale hanno partecipato Camillo D'Alessandro, Sottosegretario Presidenza Regione Abruzzo, Paola Sansoni, Presidente CNA Impresa Donna Nazionale, Isa Maggi, Stati Generali delle Donne Stefania Bosco, per Associazione Donne del Vino Abruzzo, Gemma Andreini, Presidente Commissione Regionale Pari opportunità Abruzzo, Anna Rita Guarracino, Consigliera di Parità della Provincia di Chieti.

“Obiettivo del convegno sull’Expo 2015, spiega Rosaria Nelli, è di raccontare quello che l’Expo può rappresentare per il sistema economico regionale e comprendere come l’imprenditoria, anche quella femminile, può contribuire ad un suo svolgimento che sia promotore di un effettivo arricchimento sociale, economico e culturale”.

Sabato 14 febbraio, ore 9.30, la giornata è partita con il flash mob One Billion Rising, messo in scena dall’Istituto Professionale per l’Industria Pomilio di Chieti di sensibilizzazione contro la violenza sulla donna. Negli ultimi anni, la giornata del 14 febbraio è diventata una danza globale sulle note di Break the Chain. In tutto il mondo, milioni di donne e uomini danzano nelle piazze, nelle strade, nei centri commerciali, nei luoghi di lavoro e nelle scuole per dire basta alla violenza contro le donne.

E’ seguito alle 10.30 il convegno “Etica, Lavoro, Legalità” che ha l’obiettivo di evidenziare l’importanza e l’attualità dell’etica quale valore fondamentale nel contesto sociale ed economico e per sottolineare l’esigenza della legalità quale principio ispiratore dell’odierna attività imprenditoriale. Saranno presentati percorsi di educazione alla legalità realizzate nell’ambito di un progetto cui aderiscono diversi istituti scolastici della provincia di Chieti. Al convegno hanno partecipato Don Michele Masciarelli, Preside dell’Istituto teologico Abruzzese – Molisano, Eide Spedicato, Università degli Studi “G. D’Annunzio” Chieti-Pescara, Marisa Tiberio, Presidente Confcommercio della provincia di Chieti, Davide Pati Associazione LIBERA, Stefano Pallotta, Presidente Ordine dei Giornalisti d’Abruzzo.

Nel pomeriggio alle ore 15.00 si è tenuto l’incontro dal titolo “Alimentazione e Salute”, con Stefania Donatelli responsabile medico Centro Diabetologico Territoriale della ASL Lanciano-Vasto-Chieti e, a seguire, Laboratori di cucina con Slow Food Condotta di Chieti Comunità Lu Sciaravujje.

Chiudono la due giorni di eventi con Tiziana Iozzi Life & Business Coach che con “Ben-essere dell’Universo Femminile” e l’esercizio collettivo di “Yoga della Risata”.

I due giorni di eventi ed iniziative hanno visto un expo di imprese femminili ed uno shooting fotografico “L’Amore non ha età” con la Mostra fotografica “Uno Scatto di Dignità” promossa dalla Commissione Pari Opportunità della Regione Abruzzo, in collaborazione con Abruzzo Sviluppo SpA.

2. 14 maggio 2015 – Stati Generali delle Donne.

L’Aurum di Pescara ha ospitato il 14 maggio gli Stati Generali delle Donne, che lanciano il marchio #madeinwomanmadeinitaly in vista della Conferenza mondiale delle Donne all’Expo. Un focus che ha riunito il gotha dell’imprenditoria in rosa per discutere sul ruolo della donna nella società, nell’economia e nella politica, attraverso un confronto di idee, che lanciano il marchio #madeinwomanmadeinitaly in vista della Conferenza mondiale delle Donne “Pechino vent’anni dopo”, che si svolgerà a Milano dal 26 al 28 settembre 2015. Sono stati illustrati un centinaio di progetti nel corso dell’evento, coordinato da Rosaria Nelli, vicepresidente delle Cpo della Regione Abruzzo, patrocinato e condiviso dalla Commissione Regionale per le Pari Opportunità e del **Comitato per l’imprenditoria della Camera di Commercio di Chieti**. Alla manifestazione hanno partecipato la coordinatrice nazionale degli Stati Generali delle Donne Isa Maggi, le senatrici Elena Marinucci, Stefania Pezzopane, Paola Pelino e Federica Chiavaroli, l’onorevole Anna Nenna D’Antonio, l’assessore alle Pari Opportunità della Regione Abruzzo Marinella Sclocco, l’assessore alle Pari Opportunità del Comune di Pescara Sandra Santavenere, la Presidente Commissione Regionale Pari Opportunità Gemma Andreini e la **vicepresidente Rosaria Nelli**. “Le donne, nella

crisi - spiega la Andreini - possono dare il loro contributo per cambiare il destino dell' Italia. In epoca di crisi la nuova 'cultura di fare impresa' che resiste nonostante le difficoltà, si fa economia locale e fonte di sostentamento per le famiglie. E' legata al saper fare delle donne, all'abilità di 'mescolare' e 'contaminare' sapientemente ingredienti e saperi in un movimento continuo di ricerca di equilibri, di sapori, di colori, di forme, di grandi ideali".

3. 25-28 settembre, Expo Milano, My Wedding Abruzzo. Un motivo in più per sposarsi in Abruzzo.

Dal 25 al 28 settembre si terranno all'Expo di Milano gli **Stati generali delle Donne** e il **Comitato per la Promozione dell'Imprenditorialità Femminile di Chieti** partecipa con il progetto **"My Wedding Abruzzo"**, per la promozione del turismo nuziale.

L'iniziativa è stata presentata oggi in Camera di Commercio di Chieti, presenti **Rosaria Nelli**, Presidente Comitato Imprenditoria Femminile di Chieti, **Marisa Tiberio**, Vice Presidente Vicario Camera di Commercio di Chieti e Vice presidente del Comitato, le componenti il comitato **Alessandra Carulli** e **Letizia Scastiglia** e **Gemma Andreini** presidente della **Commissione Regionale Pari Opportunità**.

Perchè **My Wedding Abruzzo**. Il Comitato per la Promozione dell'Imprenditorialità Femminile di Chieti, ha esordito **Rosaria Nelli** in apertura di incontro, ha deciso di lanciarsi in una azione collettiva di promozione dell'Abruzzo come meta di turismo nuziale e ha proposto all'Ente camerale di sostenere questa iniziativa. L'Italia è la location più amata dalle coppie straniere per giurarsi amore eterno. Sempre più 'sposini', infatti, decidono di pronunciare il fatidico sì in Italia: un boom del 'turismo nuziale' che ha prodotto lo scorso anno oltre 6.000 matrimoni tra stranieri, celebrati in Italia, con **un giro d'affari complessivo di circa 315 milioni di euro che ha generato 1.221.000 presenze annue**. Il matrimonio è quasi sempre da sogno e affidato a wedding planner o agenzie specializzate: Cina, Giappone, America, Russia sono quindi ormai clienti stabili per le imprese italiane di questo settore. Anche se sposarsi in Spagna o Grecia, con gli stessi servizi, costa mediamente circa il 15-18% in meno l'Italia - secondo JFC Tourism & Management - rappresenta in primis "storia e bellezze culturali" (16,3%) ma anche "fascino e luogo desiderato" (12,9%), senza tralasciare motivazioni legate al fattore "romanticismo e bellezza" (12%) e al "cibo" (11%). È importante anche il motivo del "racconto" dell'esperienza che hanno fatto amici o conoscenti che si sono sposati in Italia (10,5%) e il "paesaggio" (10%).

Oggi in Abruzzo, ha detto **Rosaria Nelli**, possiamo raccontare diverse esperienze matrimoni, in special modo grazie a turisti o personaggi sportivi che vivono, conoscono e amano l'Abruzzo e che hanno scelto, per convolare a nozze, location uniche, dai trabocchi a palazzi e dimore storiche, castelli e borghi immersi nella natura. Per promuovere l'Abruzzo come wedding destination è necessario promuovere un brand, quello dell'Abruzzo, nei contesti giusti, con azioni di marketing precise. La domanda crescente rafforza, come è evidente, le destinazioni turistiche già affermate. **Attualmente sono 13 le imprese partecipanti** in questa azione di promozione, un progetto aperto, inclusivo delle realtà turistiche che potenzialmente sono interessate al turismo nuziale. Sono difatti molteplici le attività economiche coinvolte in un matrimonio, dall'ospitalità, al commercio di abiti e accessori di qualità. Gli ospiti di un matrimonio sono desiderosi di conoscere e portare con loro ricordi dell'evento e dei luoghi che li ha ospitati. La novità del progetto è legata anche all'idea di proporre matrimoni espressione della tradizione abruzzese, nozze "rurali" che permettono di avvicinare la domanda turistica ad un territorio dei piccoli borghi, ancora molto legato alle tradizioni contadine.

Marisa Tiberio, Vice presidente della Camera di Commercio nonché componente del Comitato, plaude all'iniziativa "perché la Nelli riesce sempre a portare avanti iniziative di successo. Quella del turismo nuziale è una scommessa importante per il nostro territorio e andrà sostenuta".

Alessandra Carulli ha sottolineato che la crisi generale che si sta vivendo porta le aziende a trovare forme di collaborazione che fino a poco tempo fa era impensabile ed aggregare i vari soggetti del turismo nuziale rappresenta già ora un grande successo. **Patrizia Scampoli**, imprenditrice di Pollutri, ha testimoniato che si può lavorare in questo settore anche da un piccolo centro e far parte di una rete di imprese aperta ai mercati internazionali. **Gemma Andreini** presidente della Commissione Regionale Pari opportunità ha evidenziato il ruolo avuto dal Comitato e da Rosaria Nelli nell'organizzare eventi ed iniziative di qualità.

In occasione di Expo 2015 il Comitato e le imprese aderenti saranno a **Casa Abruzzo**, in Brera, per lanciare l'iniziativa invitando giornalisti e testate di settore: il **26 e 27 settembre** il programma prevede diversi eventi culturali e di promozione turistica. Il **GAL Maiella Verde**, con la Scuola del Gusto, nostro partner, farà show cooking e offrirà, tra una sfilata e un concerto musicale, la degustazione dei migliori prodotti enogastronomici d'Abruzzo. Avremo con noi **Rosanna Di Michele**, in arte Rosanna Cooking, nota divulgatrice della cucina abruzzese a New York. Ed ancora la presentazione dei gioielli e degli abiti abruzzesi.

Il **26 settembre** si terrà una conferenza stampa promossa dagli **Stati Generali delle donne** in Abruzzo e dalla **Commissione Regionale Pari opportunità**, che ha patrocinato My Wedding Abruzzo, per la presentazione dei Progetti ed iniziative in programma per il Congresso Mondiale delle donne "*Pechino vent'anni dopo*".

Un ringraziamento va a tutti quelli che si sono spesi per arrivare a questo punto, in primo luogo Luca Di Virgilio che ha curato la grafica e a Meta Srl, presente in quei giorni a Casa Abruzzo con eventi culturali, che offrirà un concerto musicale.

Programma Expo 2015 – Casa Abruzzo, via Fiorichiaro 9, Brera - Milano

26 settembre 2015

Ore 10:00 **Apertura vetrina espositiva**

Ore 11:00 **Conferenza stampa** del Comitato per l'Imprenditoria delle CCIAA di Chieti per la presentazione Progetto Turismo nuziale in Abruzzo "**My Wedding Abruzzo**"

Ore 11:30 **Conferenza stampa** promossa dagli Stati Generali delle donne in Abruzzo e dalla Commissione Regionale Pari opportunità per la presentazione dei Progetti ed iniziative in programma per la partecipazione al Congresso Mondiale delle donne "**Pechino vent'anni dopo**"
EXPO' 26 Settembre 2015:

- Convegno "Nutrirsi con stile" organizzato dalla Commissione Regionale Pari opportunità della Regione Abruzzo
- La Performance "La trama delle donne", promosso dall'Associazione Kairos Banca del Tempo e dei Saperi di Francavilla al mare

Ore 11:30 Foto/Video My Wedding Abruzzo

Ore 12:00-14:00 La Scuola del Gusto Abruzzo presenta **La Cucina Rurale Frentana**, a cura del Gal Maiella Verde

Show Cooking a cura dell'Agriturismo Villani di Torricella Peligna (CH) ed esperienza sensoriale di degustazione delle tipicità della provincia di Chieti accompagnata dalla presentazione della **Guida del Gusto**. Saranno proposti all'assaggio guidato: oli, formaggi, salumi, pizza scima, fiadone salato, pallotte cacio e ove e pizze e foje, i vini d'Abruzzo.

Nel pomeriggio: vetrina espositiva e B2B tra gli operatori della domanda e dell'offerta.

Ore 19:00 Mini Concerto Musicale (a cura di Meta srl)

27 settembre 2015

Ore 10:00 Apertura vetrina

Ore 17:00 **A spasso con gli sposi.....Abiti e gioielli in vetrina!!**

Nel pomeriggio: **vetrina espositiva e B2B tra gli operatori della domanda e dell'offerta.**

Ore 20:30 in contemporanea "La trama delle donne" e lo Show Cooking di Rosanna Di Michele

Ore 21:30 Il ricevimento: i dolci del banchetto nuziale. Degustazione guidata di Pizzelle, Mostaccioli, Paste Nere, Torroncini, Spumette, Bocconotto di Castel Frentano, Sfogliatelle di Lama dei Peligni, Pasticciotto, Celli Pieni, accompagnati dal Vino Cotto.

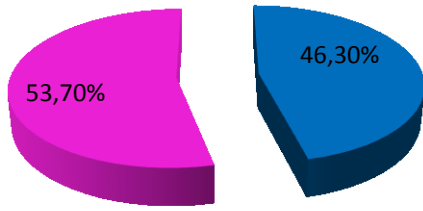
28 Settembre

Ore 10:00 Apertura Vetrina

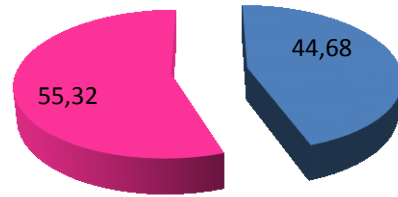
AZIENDE ED REALTÀ ASSOCIATIVE PARTECIPANTI ALL'INIZIATIVA:

Anna B. Creations	San Salvo (CH)	Atelier abiti da sposa
Camminando Insieme di Anna Vaccarella	Chieti	Rappresentazioni ed intrattenimento culturale
Centro Turistico Isola Verde	Bomba (CH)	Attività ricettiva e ristorativa
Ceramiche Artistiche Tasca Giovannina	Rapino (CH)	Ceramiche artistiche
Cerrone Gioielli	Lanciano (CH)	Gioielleria e arte orafa
Cosecosì	Pollutri (CH)	Bomboniere, allestimenti cerimonie, baloon art, partecipazioni
Di Cicco Antonio Liquori	Lanciano (CH)	Produzione liquori e distillati
Lido Racciatti	Torino di Sangro (CH)	Stabilimento balneare/location matrimoni
Luce degli Eventi	Francavilla al mare (CH)	Organizzazione eventi e matrimoni
Officina del Pensiero creativo di Emanuela Mammarella	Chieti	Abiti da sposa tradizionali
Rosanna Cooking	Vasto (CH)	Cooking Show
Tenuta d'Incanto	Torino di Sangro (CH)	Location matrimoni in apertura nel 2016
Masseria Zinni	Montenero di Bisaccia (CB) e San Salvo (CH)	Produzione frutta, confetture e prodotti conservati, farine

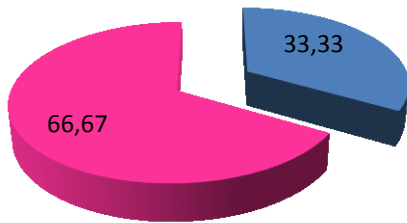
Composizione personale



Composizione Consiglio



Composizione Collegio dei Revisori

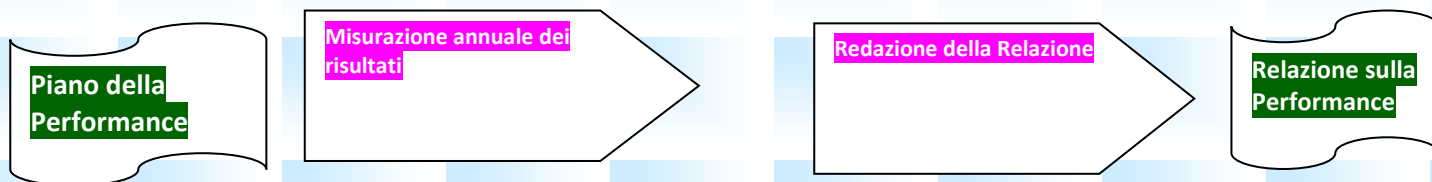


■ Uomini
■ Donne



6. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE

6.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità del processo di redazione



COSA	CHI	COME	QUANDO
Definizione della struttura del Piano della Performance	S.G., Controllo di gestione Staff e Personale	Analisi delle norme e delle delibere CIVIT di riferimento	Entro gennaio 2016
Sistemazione delle informazioni derivanti dalle fasi precedenti	Ufficio Controllo di Gestione, Ufficio di supporto OIV	Analisi dei documenti e dei dati della pianificazione, monitoraggio e valutazione	Informalmente entro ottobre/novembre '15 per trarre informazioni utili per la successiva annualità; formalmente entro gennaio 2016 per redigere la relazione
Approvazione della Relazione sulla Performance	Giunta	Deliberazione, secondo le modalità previste da Unioncamere Maggio 2012 e dalla CIVIT (ora ANAC) con propria deliberazione	Entro Giugno 2016
Validazione della Relazione sulla Performance	OIV	Secondo le modalità previste da Unioncamere con linee guida del Giugno 2012 e dalla CIVIT (ora ANAC) con propria deliberazione	Entro Settembre 2016
Pubblicazione della Relazione sulla Performance e del Documento di Validazione	Ufficio Controllo di gestione, Ufficio di supporto OIV, OIV	Pubblicazione dei documenti sulla sezione "Amministrazione trasparente" del sito camerale	Entro Settembre 2016

6.2 I punti di forza e debolezza del Ciclo di gestione della Performance

La Relazione sulla Performance costituisce l'elemento di sintesi del Ciclo di gestione della Performance con riferimento ad un periodo amministrativo e, allo stesso tempo, è l'elemento di analisi per dare il via ad azioni migliorative e correttive future.

In tale ottica, sono qui elencati i punti di forza e di debolezza che hanno caratterizzato il Ciclo di Gestione della Performance per l'anno 2014.



Misurazione in ottica di sistema allargato

Analisi scostamenti finanziari in itinere

Ponderazione obiettivi

Integrazione con altri sistemi di controllo

Valutazione oggettiva ancorata ad obiettivi, indicatori e target

Definizione target pluriennali sfidanti

Migliore indicazione del tempo stimato per ciascun obiettivo e delle relative risorse

Coerenza tra performance organizzativa ed individuale

Capillarità della programmazione

Controllo strategico e valutazione dell'impatto

Pieno coinvolgimento degli Stakeholder

Obiettivi di genere

La Giunta camerale con deliberazione n. 36 del 22/03/2013 ha adottato il nuovo sistema di misurazione e valutazione, che, traendo esperienza dagli anni precedenti, ha dato risposte efficaci alle criticità rilevate a partire dal precedente anno 2013.

Ciclo Performance – Determinazione presidenziale d'urgenza n. 2 del 30/01/2015, pubblicata sul sito in data 10/04/2015, aggiornato con Deliberazione Giunta Camerale n. 87 del 27/11/2015.

I documenti e gli atti adottati

Deliberazione di Giunta camerale n. 156 del 29/12/2010, pubblicata in data 19/01/2011	D.L. 150/2009 concernente “Attuazione della L. 4.3.2009 n. 15, in materia di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle Pubbliche Amministrazioni” – Adempimenti.
Deliberazione di Giunta camerale n. 36 del 22/03/2013, pubblicata sul sito in data 20/05/2013	Adozione sistema di misurazione e valutazione
Deliberazione di Giunta camerale n. 26 del 14/03/2011, pubblicata sul sito in data 01/04/2011	Piano della Performance e Piano della Trasparenza 2011-2013
Deliberazione di Giunta camerale n. 11 del 13/02/2012, pubblicata sul sito in data 03/05/2012	Piano della Performance e Piano della Trasparenza 2012-2014, aggiornato con determinazione presidenziale n. 9/2012
Deliberazione di Giunta camerale n. 10 del 26/02/2013, pubblicata sul sito in data 31/05/2013 ed aggiornato con deliberazione di Giunta camerale n. 135 del 31/10/2013	Piano della Performance 2013-2015
Deliberazione di Giunta camerale n. 42 del 27/03/2013, pubblicata sul sito in data 16/05/2013	Piano triennale di prevenzione della corruzione, ex art. 1 della Legge 6 novembre 2012, n. 190
Deliberazione di Giunta camerale n. 43 del 27/03/2013, pubblicata sul sito in data 16/05/2013	Piano della Trasparenza 2013-2015
Deliberazione di Giunta camerale n. 90 del 27/06/2013, pubblicata sul sito in data 16/09/2013	Relazione Piano Performance 2012-2014
Det. Presidenziale d’urgenza n. 2 del 31/01/2014, pubblicata sul sito in data 28/03/2014	Piano Performance triennio 2014-2016
Det. Presidenziale d’urgenza n. 3 del 31/01/2014, pubblicata sul sito in data 27/03/2014	Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione e piano della trasparenza relativi al triennio 2014-2016
Deliberazione di Giunta camerale n. 90 del 19/06/2014, pubblicata sul sito in data 12/09/2014	Relazione Piano Performance 2013-2015
Det. Presidenziale d’urgenza n. 2 del 30/01/2015, pubblicato sul sito in data 12/04/2015	Piano Performance triennio 2015-2017
Det. Presidenziale d’urgenza n. 3 del 30/01/2015, pubblicato sul sito in data 12/03/2015	Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione e piano della trasparenza relativi al triennio 2015-2017

Deliberazione di Giunta Camerale n. 19 del 04/02/2016, pubblicato sul sito in data 09/04/2016	Piano Performance triennio 2016-2018
Deliberazione di Giunta Camerale n. 20 del 04/02/2016, pubblicato sul sito in data 02/03/2016	Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione e piano della trasparenza relativi al triennio 2016-2018
Sito camerale sezione "Amministrazione Trasparente"	http://www.ch.camcom.it/P42A0C0S953/Amministrazione-Trasparente.htm