



PIANO DEGLI INDICATORI E DEI RISULTATI ATTESI DI BILANCIO 2014

| | |
|-------------------------------------|---|
| MISSIONE | COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE |
| PROGRAMMA DI SPESA | Regolamentazione, incentivazione dei settori imprenditoriali, riassetti industriali, sperimentazione tecnologica, lotta alla contraffazione, tutela della proprietà industriale. |
| OBIETTIVO OPERATIVO | Sostegno alla creazione di modelli di governance |
| DESCRIZIONE | Diffusione Emas per il SPL chimico-farmaceutico e il SPL agroindustriale. Sviluppo della piattaforma Bio-tech per il SPL chimico-farmaceutico e SPL agroindustriale. Interventi strategici per la nautica ed il chimico-farmaceutico. |
| PORTATORI D'INTERESSE | Imprese, enti locali |
| CENTRO DI RESPONSABILITA' | CDR 5 - Studi, formazione, informazione e promozione economica. |
| KPI 127 | Sviluppo, animazione e manutenzione del portale Biotecnologie |
| ALGORITMO DI CALCOLO | SI/NO |
| VALORI A CONSUNTIVO E VALORI TARGET | Stato 2011: NO Stato 2012: SI Stato 2013: SI Target 2014: SI |
| FONTE DEI DATI | Ufficio Promozionale |
| KPI 128 | Sviluppo, animazione e manutenzione del portale Emas APO S.P.L. chimico-farmaceutico |
| ALGORITMO DI CALCOLO | SI/NO |
| VALORI A CONSUNTIVO E VALORI TARGET | Stato 2011: NO Stato 2012: SI Stato 2013: SI Target 2014: SI |
| FONTE DEI DATI | Ufficio Promozionale |
| KPI 129 | Mantenimento dell'attestato Emas APO S.P.L. chimico-farmaceutico |
| ALGORITMO DI CALCOLO | SI/NO |
| VALORI A CONSUNTIVO E VALORI TARGET | Stato 2011: SI Stato 2012: SI Stato 2013: SI Target 2014: SI |
| FONTE DEI DATI | Ufficio Promozionale |

| | |
|---------------------|---|
| OBIETTIVO OPERATIVO | Promozione dell'economia del mare e delle produzioni agroindustriali |
| DESCRIZIONE | Promozione dell'economia del mare attraverso un apposito piano di interventi tra cui l'organizzazione dello Yacht Med Festival 2014 (nautica, artigianato artistico, enogastronomia, turismo, ecc.) a la realizzazione/partecipazione di/a eventi e iniziative collegate; iniziative progettuali di rete con altre istituzioni e azioni di avvicinamento YMF 2014. Attuazione del protocollo d'intesa Regio Prima Latium et Campania; iniziative progettuali in collaborazione con le Assonautiche; partecipazione ad iniziative espositive in Italia e all'estero del settore nautico (Boat Show 2014 di Roma, Salone nautico di Genova, Salone nautico di Dussendorff, Festival del la Plaisance di Cannes, Vele d'epoca). Promozione delle produzioni agroindustriali e rurali (Vinitaly). |



PIANO DEGLI INDICATORI E DEI RISULTATI ATTESI DI BILANCIO 2014

| | |
|-------------------------------------|---|
| PORTATORI D'INTERESSE | Imprese |
| CENTRO DI RESPONSABILITA' | CDR 5 - Studi, formazione, informazione e promozione economica. |
| KPISTD 103 | Imprese appartenenti a distretti produttivi (nautica) |
| ALGORITMO DI CALCOLO | Imprese appartenenti a distretti produttivi |
| VALORI A CONSUNTIVO E VALORI TARGET | Stato 2012: 359 Stato 2013: 365 (304 attive) Target 2014: > 350 |
| FONTE DEI DATI | Ufficio Promozionale, Centro Studi sul Turismo |
| KPI 118 | Imprese coinvolte nelle iniziative oggetto di monitoraggio (nautica) |
| ALGORITMO DI CALCOLO | Numero di imprese coinvolte nelle iniziative oggetto di monitoraggio (YMF, Big Blu, Cannes, Genova...) |
| VALORI A CONSUNTIVO E VALORI TARGET | Stato 2011: 145 Stato 2012: 148 Stato 2013: 114 Target 2014: >100 |
| FONTE DEI DATI | Ufficio Promozionale, Centro Studi sul Turismo |
| KPI 133 | Realizzazione delle iniziative nell'ambito del Protocollo d'Intesa Regio Prima |
| ALGORITMO DI CALCOLO | n° iniziative realizzate nell'ambito del Protocollo d'Intesa Regio Prima |
| VALORI A CONSUNTIVO E VALORI TARGET | Stato 2012: --- Stato 2013: 2 Target 2014: 2 |
| FONTE DEI DATI | Ufficio Promozionale, Centro Studi sul Turismo |
| KPI 134 | Numero iniziative a cui l'Ente partecipa (settore agroindustria) |
| ALGORITMO DI CALCOLO | Numero iniziative a cui l'Ente partecipa |
| VALORI A CONSUNTIVO E VALORI TARGET | Stato 2011: 4 (Sirha, Vinality, Flormart, Anuga) Stato 2012: 2 (Vinality, Sial) Stato 2013: 2 Target 2014: 3 |
| FONTE DEI DATI | Ufficio Promozionale, Centro Studi sul Turismo |

| | |
|---------------------|--|
| OBIETTIVO OPERATIVO | Favorire la promozione turistica del territorio |
| DESCRIZIONE | Iniziative del Club del Gusto della Provincia di Latina; Centro Studi sul Turismo; Turismo sportivo (protocollo d'intesa con il Comune di Latina), religioso, etico e responsabile (Green Economy), storico-culturale-artistico, itticoturistico, convegnistico; Turismo integrato e creazione di reti d'impresa; Obiettivo Turismo 2014; Rassegna "Lievito", Bandiere Arancioni, Marchio e certificazione di qualità turistica, incentivazione dei flussi turistici. Partecipazione a iniziative del settore (Buy Lazio workshop e post workshop). |



PIANO DEGLI INDICATORI E DEI RISULTATI ATTESI DI BILANCIO 2014

| | |
|-------------------------------------|--|
| PORTATORI D'INTERESSE | Cittadini, imprese, istituzioni ed Enti locali. |
| CENTRO DI RESPONSABILITA' | CDR 5 - Studi, formazione, informazione e promozione economica. |
| KPI 135 | N. operatori del settore turismo coinvolti in iniziative camerali |
| ALGORITMO DI CALCOLO | Numero di operatori del settore turismo coinvolti in iniziative camerali (bandiere arancioni, certificazione qualità turistica "Russa", turismo sportivo "protocollo d'intesa", club del gusto ecc.) |
| VALORI A CONSUNTIVO E VALORI TARGET | Stato 2012: --- Stato 2013: Target 2014: >= 40 |
| FONTE DEI DATI | Ufficio Promozionale, Centro Studi sul Turismo |
| KPISTD 105 | Percorsi culturali ed enogastronomici |
| ALGORITMO DI CALCOLO | Percorsi culturali ed enogastronomici (club del gusto; pianura blu, associazione strada del vino) |
| VALORI A CONSUNTIVO E VALORI TARGET | Stato 2012: --- Stato 2013: 4 Target 2014: 2 |
| FONTE DEI DATI | Ufficio Promozionale, Centro Studi sul Turismo |
| KPISTD 68 | Iniziative realizzate per promozione economica del settore turistico (Progetto AA 201) |
| ALGORITMO DI CALCOLO | Iniziative realizzate per promozione economica del settore turistico nell'anno dal Centro Studi sul Turismo |
| VALORI A CONSUNTIVO E VALORI TARGET | Stato 2011: 12 stato 2012: 8 Stato 2013: 3 Target 2014: 4 |
| FONTE DEI DATI | Ufficio Promozionale, Centro Studi sul Turismo |
| KPI 120 | Imprese coinvolte nelle iniziative oggetto di monitoraggio (turismo) |
| ALGORITMO DI CALCOLO | Numero di imprese coinvolte nelle iniziative oggetto di monitoraggio (YMF, Buy Lazio) |
| VALORI A CONSUNTIVO E VALORI TARGET | Stato 2011: 42 Stato 2012: 41 (N.20 YMF, N. 21 Buy Lazio) Stato 2013: 28 Target 2014: > 40 |
| FONTE DEI DATI | Ufficio Promozionale, Centro Studi sul Turismo |



PIANO DEGLI INDICATORI E DEI RISULTATI ATTESI DI BILANCIO 2014

| OBIETTIVO OPERATIVO | Attuazioni di politiche per lo sviluppo locale |
|-------------------------------------|--|
| DESCRIZIONE | Iniziative di pianificazione strategica/territoriale (tra cui protocolli d'intesa con il Comune di Latina e il Comune di Ventotene), progettualità di rete con altre istituzioni per lo sviluppo economico del territorio (tra cui Pianura Blu, riqualificazione del Garigliano) nonché del sistema associativo della provincia. |
| PORTATORI D'INTERESSE | Cittadini, imprese ed Enti locali. |
| CENTRO DI RESPONSABILITA' | CDR 5 - Studi, formazione, informazione e promozione economica. |
| KPI | Numero di iniziative attuate |
| ALGORITMO DI CALCOLO | Numero di iniziative attuate |
| VALORI A CONSUNTIVO E VALORI TARGET | Stato 2013:----- Target 2014: >=3 |
| FONTE DEI DATI | Ufficio Promozionale, Centro Studi sul Turismo |

| OBIETTIVO OPERATIVO | Concertazione e marketing territoriale |
|-------------------------------------|---|
| DESCRIZIONE | Iniziative di marketing con organismi e istituzioni anche locali al fine di agevolare intese, accordi e azioni sinergiche a vantaggio della competitività del territorio (tra cui, protocollo d'intesa con il Comune di Latina), centri commerciali naturali. |
| PORTATORI D'INTERESSE | Cittadini, imprese, istituzioni ed Enti locali. |
| CENTRO DI RESPONSABILITA' | CDR 5 - Studi, formazione, informazione e promozione economica. |
| KPI | Numero di iniziative attuate (marketing territoriale) |
| ALGORITMO DI CALCOLO | Numero di azioni attuate (marketing territoriale) |
| VALORI A CONSUNTIVO E VALORI TARGET | Stato 2013: ---- Target 2014: >= 3 |
| FONTE DEI DATI | Ufficio Promozionale, Centro Studi sul Turismo |

| OBIETTIVO OPERATIVO | Valorizzazione e promozione di DOP, IGP e prodotti tipici e supporto ad iniziative di filiera corta. |
|---------------------------|---|
| DESCRIZIONE | Valorizzazione e promozione delle DOP e IGP riconosciute della provincia di Latina anche presso GDO (mozzarella di bufala campana, kiwi Latina, carciofo romanesco del Lazio, Moscato di Terracina, Aprilia, Circeo, Cori e Velletri) e valorizzazione di prodotti tipici locali (in particolare sedano bianco di Sperlonga, salsiccia di Monte San Biagio, olio, oliva e tiella di Gaeta); Strada del vino; Pubblicazione per la promozione dei prodotti tipici locali; supporto ad iniziative di filiera corta. |
| PORTATORI D'INTERESSE | Imprese agricole, ristoratori, consumatori |
| CENTRO DI RESPONSABILITA' | CDR 5 - Studi, formazione, informazione e promozione economica. |



PIANO DEGLI INDICATORI E DEI RISULTATI ATTESI DI BILANCIO 2014

| | |
|-------------------------------------|---|
| KPI 96 | Indice di realizzazione delle attività per la valorizzazione e promozione DOP e IGP e prodotti tipici locali |
| ALGORITMO DI CALCOLO | attività finanziate (DOP e IGP e prodotti tipici locali) / attività previste (DOP e IGP e prodotti tipici locali) |
| VALORI A CONSUNTIVO E VALORI TARGET | Stato 2011: 100% Stato 2012: 100% Stato 2013: in elaborazione Target 2014: 100% |
| FONTE DEI DATI | Ufficio Promozionale |

| | |
|-------------------------------------|--|
| OBIETTIVO OPERATIVO | Garantire l'attività di controllo KIWI Latina IGP |
| DESCRIZIONE | Attività di controllo del "Kiwi Latina" IGP per la verifica dei requisiti riferibili all'origine, alla tradizione ed alle tecniche di produzione/confezionamento |
| PORTATORI D'INTERESSE | Imprese agricole, consumatori, Istituzioni |
| CENTRO DI RESPONSABILITA' | CDR 5 - Studi, formazione, informazione e promozione economica. |
| KPI 137 | Controlli effettuati (Kiwi Latina IGP) |
| ALGORITMO DI CALCOLO | Numero di controlli effettuati nell'anno (Kiwi) |
| VALORI A CONSUNTIVO E VALORI TARGET | Stato 2012: 1 Stato 2013: 8 Target 2014: 15 |
| FONTE DEI DATI | Ufficio Promozionale |

| | |
|-------------------------------------|---|
| OBIETTIVO OPERATIVO | Garantire un'efficace analisi territoriale ed un'attenta interpretazione delle dinamiche di sviluppo locale |
| DESCRIZIONE | Svolgimento di studi, analisi, iniziative convegnistiche ed indagini per una corretta interpretazione delle dinamiche di sviluppo locale. Realizzazione indagine sul settore manifatturiero in provincia |
| PORTATORI D'INTERESSE | Cittadini, imprese, istituzioni ed Enti locali. |
| CENTRO DI RESPONSABILITA' | CDR 5 - Studi, formazione, informazione e promozione economica. |
| KPISTD 72 | Report di interesse economico-statistico prodotti |
| ALGORITMO DI CALCOLO | Report di interesse economico-statistico prodotti nell'anno |
| VALORI A CONSUNTIVO E VALORI TARGET | Stato 2011: 9 Stato 2012: 12 Stato 2013: 6 Target 2014: 10 |
| FONTE DEI DATI | Ufficio Statistica |
| KPI | Realizzazione indagine sul settore manifatturiero in provincia |
| ALGORITMO DI CALCOLO | SI/NO |
| VALORI A CONSUNTIVO E VALORI TARGET | Stato 2013: --- Target 2014: SI |
| FONTE DEI DATI | Ufficio Statistica |