

PIANO DEGLI INDICATORI E DEI RISULTATI ATTESI DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI PISA 2017-2019													SPESA PREVISTA	
Missione	011	Competitività e sviluppo delle imprese											€ 1.640.007,94	
Programma	005	Promozione e attuazioni di politiche di sviluppo, competitività e innovazione, di responsabilità sociale di impresa e movimento cooperativo												
Area Organizzativa		Area staff Segretario Generale , Area gestione patrimonio e regolazione del mercato												
Stakeholder		Sistema economico provinciale, Associazioni di categoria; Istituzioni												
Linea Strategica 1		Promuovere l'innovazione, la competitività e lo sviluppo sostenibile del sistema economico locale												
Obiettivo	A3	Promuovere la cultura d'impresa e l'orientamento al lavoro, il trasferimento di conoscenze, l'innovaz. tecnologica ed organizzativa, lo sviluppo di imprese innovative e la crescita del capitale umano												
		Indicatore	Algoritmo di calcolo	Ultimo dato disponibile (consuntivo 2015)	Target 2017	Target 2018	Target 2019	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	CDR	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti		
	A3	1	Livello di coinvolgimento degli studenti nelle attività di orientamento, alternanza e impresa simulata	n° studenti coinvolti in attività di orientamento al lavoro e alternanza scuola-lavoro comprese imprese di studenti anno X	3.281	3.300,00	3.300,00	3.300,00	valore assoluto	output - qualità	Rilevazione interna della Camera	Segretario Generale	cittadini	
Obiettivo	A4	Promuovere la filiera del turismo e valorizzazione integrata del territorio												
		Indicatore	Algoritmo di calcolo	Ultimo dato disponibile (consuntivo 2015)	Target 2017	Target 2018	Target 2019	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	CDR	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti		
Indicatori	A4	1	Livello di coinvolgimento di altri soggetti ed Enti per la promozione turistica e dei beni culturali	N° di protocolli d'intesa stipulati per la promozione turistica e dei beni culturali	--	≥5	≥5	≥5	valore assoluto	output - qualità	Rilevazione interna della Camera	Segretario Generale	utenti	
Linea Strategica 3		Affermare e diffondere il ruolo della Camera di Pisa quale PA trasparente ed efficiente in grado di erogare servizi a valore aggiunto												

Obiettivo	C2	Migliorare la trasparenza della Camera, la comunicazione e la diffusione dell'informazione economico- statistica											
		Indicatore	Algoritmo di calcolo	Ultimo dato disponibile (consuntivo 2015)	Target 2017	Target 2018	Target 2019	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	CDR	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	
Indicatori	C2	2	Livello di visibilità delle iniziative camerali sui media	n° di presenze sui media (stampa e on line) di comunicati prodotti dall'ente (promozione di iniziative camerali e dati economico-statistici) nell'anno X /n° di presenze sulla stampa di comunicati prodotti dall'ente (promozione di iniziative camerali e dati economico-statistici) nell'anno X-1	--	≥1	≥1	≥1	rapporto	output - qualità	Rilevazione interna della Camera	Segretario Generale	cittadini
Missione	012	Regolazione dei mercati											€ 1.883.865,69
Programma	004	Vigilanza sui mercati e sui prodotti, promozione della concorrenza e tutela dei consumatori											
Area Organizzativa		Area della regolazione del mercato											
Stakeholder		Sistema economico provinciale, cittadinanza e consumatori											
Linea Strategica 2		Favorire la crescita responsabile delle imprese e del territorio promuovendo strumenti di tutela del mercato a garanzia della concorrenza, trasparenza e fede pubblica											
Obiettivo	A6	Promuovere gli strumenti di giustizia alternativa e di tutela dei consumatori											
		Indicatore	Algoritmo di calcolo	Ultimo dato disponibile (consuntivo 2015)	Target 2017	Target 2018	Target 2019	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	CDR	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	
Indicatori	A6	1	Grado di diffusione del servizio di conciliazione nel tessuto economico locale (Indicatore di bench)	N° conciliazioni avviate nell'anno "n"*1000/Imprese attive (escluse le unità locali)	3,38	3,00	3,20	3,20	per mille	output - qualità	Banca dati Infocamere	Dirigente Area gestione patrimonio e regolazione del mercato	cittadini, utenti
Linea Strategica 3		Affermare e diffondere il ruolo della Camera di Pisa quale PA trasparente ed efficiente in grado di erogare servizi a valore aggiunto											
Obiettivo	B1	Garantire il rispetto della Carta dei Servizi per migliorare la qualità e la soddisfazione dell'utenza											
		Indicatore	Algoritmo di calcolo	Ultimo dato disponibile (consuntivo 2015)	Target 2017	Target 2018	Target 2019	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	CDR	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	

Indicatori	B1	1	Grado di rispetto degli standard previsti nella Carta dei Servizi	Σ (risultato annuo di rispetto dello standard previsto per ciascun indicatore contenuto nella Carta dei servizi)/N° degli indicatori contenuti nella Carta dei servizi	96%	94,0%	95,0%	95,0%	percentuale	qualità erogata	Rilevazione interna della Camera	Segretario Generale	utenti	
Obiettivo	C2	Migliorare la trasparenza della Camera, la comunicazione e la diffusione dell'informazione economico- statistica												
			Indicatore	Algorithmi di calcolo	Ultimo dato disponibile (consuntivo 2015)	Target 2017	Target 2018	Target 2019	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	CDR	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	
Indicatori	C2	1	Grado di soddisfazione sull'utilità del sito	Grado di soddisfazione sull'utilità media del sito (abbastanza e molto) nell'anno X/Grado di soddisfazione sull'utilità media del sito (abbastanza e molto) nell'anno X-1	--	≥1	≥1	≥1	rapporto	qualità percepita	Rilevazione interna della Camera	Segretario Generale	utenti , cittadini	
Missione	16	Commercio Internazionale e internazionalizzazione del sistema delle imprese												
Programma	005	Sostegno all'internazionalizzazione delle imprese e promozione del made in Italy												
Area Organizzativa		-Area staff Segretario Generale												
Stakeholder		Sistema economico provinciale, Associazioni di categoria												
Linea Strategica 1		Promuovere l'innovazione, la competitività e lo sviluppo sostenibile del sistema economico locale												
Obiettivo	A1	Rafforzare la presenza sul mercato internazionale delle imprese del territorio e la promozione del Made in Italy												
			Indicatore	Algorithmi di calcolo	Ultimo dato disponibile (consuntivo 2015)	Target 2017	Target 2018	Target 2019	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	CDR	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	
Indicatori	A1	1	Grado di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di promozione dell'internazionalizzazione (indicatore Pareto e bench)	N° imprese coinvolte nelle iniziative della CCIAA anno "n" *1000/Imprese Attive (escluse le unità locali)	5,71	5,50	5,50	5,50	per mille	qualità /output	Rilevazione interna della Camera - Banca dati Infocamere	Segretario Generale	utenti	
Missione	32	Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche											€ 1.207.351,78	
	002	Indirizzo Politico												
	003	Servizi e affari generali per le amministrazioni di competenza												
Area Organizzativa		Area Gestione patrimonio e regolazione del mercato												
Stakeholder		Sistema economico provinciale, collettività												
Linea Strategica 1		Promuovere l'innovazione, la competitività e lo sviluppo sostenibile del sistema economico locale												
Obiettivo	D3	Continuare a creare valore aggiunto												

		Indicatore		Algorithmo di calcolo	Ultimo dato disponibile (consuntivo 2015)	Target 2017	Target 2018	Target 2019	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	CDR	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	
Indicatori	D3	1	Ottimizzazione dei costi di funzionamento dell'Ente	Oneri di funzionamento anno X (al netto oneri da riversare allo Stato)/Oneri di funzionamento(al netto oneri da riversare allo Stato) anno X-1	--	<=1	<=1	<=1	rapporto	efficienza	Bilancio consuntivo	Segretario Generale	contribuenti	
	D3	2	Aumento del livello di produttività delle risorse umane	Costi personale anno X/Costi personale anno X-1	0,97	<1	<1	<1	rapporto	efficienza	Bilancio consuntivo	Segretario Generale	contribuenti	
	D3	3	Misura la percentuale di proventi introitati dall'Ente che sono destinati alle iniziative promozionali	Interventi economici/proventi gestione corrente	33%	>=20%	>=20%	>=20%	percentuale	outcome	Bilancio consuntivo	Segretario Generale	contribuenti	

Si rileva che il presente documento, che ha carattere previsionale su un arco temporale di un triennio, viene redatto pochi giorni dopo l'emanazione del D.Lgs. 129/2016 riguardante l'attuazione della delega di cui all'art. 10 della legge n. 124/2015 per il riordino delle funzioni e del finanziamento delle camere di commercio che necessiterà di approfondimenti interpretativi sulle attività che potranno essere realizzate dalla Camera. Per tale motivo il documento risulta più sintetico rispetto alle passate edizioni e presenta dei target che in alcuni casi risultano inferiori all'ultimo dato disponibile rilevato (relativo all'anno 2015) come effetto della riforma che oltre a rivedere le funzioni camerali ne ha anche drasticamente ridotto le entrate da diritto annuale che nel 2017 saranno dimezzate rispetto al 2014.

Si rappresenta infine che i futuri accorpamenti che interesseranno la Camera di commercio di Pisa renderanno necessario rivedere gli indicatori ed i target previsti per il biennio 2018-2019.

