

PIANO DEGLI INDICATORI E DEI RISULTATI ATTESI DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI PISA 2016-2018 (ESTRATTO DAL CRUSCOTTO DI ENTE)													SPESA PREVISTA		
Missione	011	Competitività e sviluppo delle imprese										risorse previste (revisione budget di luglio)	risorse spese		
											€ 5.942.142,29	€ 2.898.771,90			
Programma	005	Promozione e attuazione 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	A2	Sostenere il credito e lo sviluppo di una cultura finanziaria nelle imprese, quali leve strategiche per la competitività del sistema													
		Indicatore	Algoritmo di calcolo	Valore effettivamente osservato nell'anno 2015	Vaore ottenuto 2016	Target 2016	% Realizzazione 2016	Target 2017	Target 2018	CDR	tipo di indicatore	Fonte dei dati	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note	
Indicatori	A2	2	Grado di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di sostegno al credito (indicatore bench)	n° imprese beneficiarie di agevolazioni finanziarie (contributi fido penduto, microfinanziamenti, confidi)*1000 anno "n"/Imprese Attive (escluse le unità locali)	8,63	8,93	6,50	100%	6,00	6,00	Segretario Generale	output -qualità	Rilevazione interna della Camera - Banca dati Infocamere	utenti	Obiettivo pienamente raggiunto
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	Valore effettivamente osservato nell'anno 2015	Vaore ottenuto 2016	Target 2016	% Realizzazione 2016	Target 2017	Target 2018	CDR	tipo di indicatore	Fonte dei dati	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note	
Indicatori	A3	2	Livello di diffusione delle attività di formazione manageriale in termini di ore realizzate e livello di affluenza	Σ(Ore formative realizzate (formazione per la creazione di impresa, manageriale e green) nell'anno "n" partecipanti ai corsi formativi) anno X/Σ(Ore formative realizzate (formazione per la creazione di impresa, manageriale e green) nell'anno "X-1" partecipanti ai corsi formativi)		116%	90%	100%	105,00%	105,00%	Segretario Generale	output -qualità	Rilevazione interna della Camera	cittadini , utenti	Obiettivo pienamente raggiunto
	A3	3	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	4.011,00	3.000,00	100%	3.000,00	3.000,00	Segretario Generale	output -qualità	Rilevazione interna della Camera	cittadini	Obiettivo pienamente raggiunto
	A3	4	Livello di coinvolgimento delle imprese appartenenti al Club imprese innovative nelle iniziative camerale	n° Imprese del Club delle Imprese Innovative coinvolte in iniziative realizzate nell'anno X/n° di imprese del Club delle Imprese Innovative		42%	20%	100%	20%	20%	Segretario Generale	output -qualità	Rilevazione interna della Camera	utenti	Obiettivo pienamente raggiunto
Obiettivo	A4	Promuovere la filiera del turismo e valorizzazione integrata del territorio													
		Indicatore	Algoritmo di calcolo	Valore effettivamente osservato nell'anno 2015	Vaore ottenuto 2016	Target 2016	% Realizzazione 2016	Target 2017	Target 2018	CDR	tipo di indicatore	Fonte dei dati	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note	
Indicatori	A4	2	Grado di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di promozione locale	N° imprese partecipanti alle iniziative della CCLIAA di promozione locale*1000/Imprese attive (escluse unità locali)	8,85	7,43	8,00	93%	8,50	8,50	Segretario Generale	output -qualità	Rilevazione interna della Camera - Banca dati Infocamere	utenti	Obiettivo pienamente raggiunto
Obiettivo	A5	Promuovere lo sviluppo sostenibile delle imprese													
		Indicatore	Algoritmo di calcolo	Valore effettivamente osservato nell'anno 2015	Vaore ottenuto 2016	Target 2016	% Realizzazione 2016	Target 2017	Target 2018	CDR	tipo di indicatore	Fonte dei dati	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note	
Indicatori	A5	2	Grado di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di risparmio energetico e green building	n° imprese beneficiarie di agevolazioni finanziarie e di servizi informativi in tema di sviluppo sostenibile e risparmio energetico*1000 anno "n"/Imprese Attive (escluse le unità locali)		8,99	9,00	100%	9,00	9,00	Segretario Generale	output -qualità	Rilevazione interna della Camera	utenti	Obiettivo pienamente raggiunto
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	Valore effettivamente osservato nell'anno 2015	Vaore ottenuto 2016	Target 2016	% Realizzazione 2016	Target 2017	Target 2018	CDR	tipo di indicatore	Fonte dei dati	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note	
Indicatori	C2	4	Livello di visibilità delle iniziative camerale sui media	n° di presenze sui media (stampa e on line) di comunicati prodotti dall'ente (promozione di iniziative camerale e dati economico-statistici) nell'anno X /n° di presenze sulla stampa di comunicati prodotti dall'ente (promozione di iniziative camerale e dati economico-statistici) nell'anno X-1		120%	120%	100%	105%	105%	Segretario Generale	output -qualità	Rilevazione interna della Camera	cittadini	Obiettivo pienamente raggiunto
Missione	012	Regolazione dei mercati										risorse previste (revisione budget di luglio)	risorse spese		
											€ 2.175.193,00	€ 3.174.105,22			
Programma	004	Vigilanza sui mercati e sui prodotti, promozione della concorrenza e tutela dei consumatori													
Area Organizzativa		Area promozione e sviluppo economico, 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	Valore effettivamente osservato nell'anno 2015	Vaore ottenuto 2016	Target 2016	% Realizzazione 2016	Target 2017	Target 2018	CDR	tipo di indicatore	Fonte dei dati	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note	

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	2,83	3,50	81%	3,50	4,00	Dirigente Area gestione patrimonio e regolazione del mercato	output -qualità	Banca dati Infocamere	cittadini , utenti	si registra un trend negativo nel numero delle conciliazioni avviate. Le cause possono identificarsi nella presenza di un cospicuo numero di organismi di conciliazione privati sul territorio provinciale
	A6	2	Livello di qualità delle conciliazioni gestite (Indicatore di bench)	N° di conciliazioni concluse nel 2016 con accordo positivo (successive al primo incontro) / N° di conciliazioni (successive al primo incontro) concluse nel 2016	41%	50%	43%	100%	43%	43%	Dirigente Area gestione patrimonio e regolazione del mercato	output -qualità	Banca dati Infocamere	cittadini , utenti	Obiettivo pienamente raggiunto
Obiettivo	A8	Contribuire alla regolazione del mercato delle produzioni agroalimentari													
			Indicatore	Algoritmo di calcolo	Valore effettivamente osservato nell'anno 2015	Vaore ottenuto 2016	Target 2016	% Realizzazione 2016	Target 2017	Target 2018	CDR	tipo di indicatore	Fonte dei dati	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note
Indicatori	A8	2	Livello di qualità di affidabilità Organismo di controllo dei Vini a DOC	N° di NC rilevate nell'anno "n" dall'IQRF sull'operatività dell'Organismo di controllo dei vini a DOC	0	0	<=2	100%	<=2	<=2	Segretario Generale	output -qualità	Rilevazione interna della Camera	cittadini	
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	Valore effettivamente osservato nell'anno 2015	Vaore ottenuto 2016	Target 2016	% Realizzazione 2016	Target 2017	Target 2018	CDR	tipo di indicatore	Fonte dei dati	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note
Indicatori	B1	2	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%	98%	93,0%	100%	94,0%	95,0%	Segretario Generale	qualità erogata	Rilevazione interna della Camera	utenti	
	B1	6	Grado di implementazione sistema qualità	Estensione della certificazione Iso 9000: iniziative realizzate /iniziative previste nell'anno	100%	100%	100,0%	100%			Dirigente Area gestione patrimoniale e della regolazione del mercato	qualità erogata	Rilevazione interna della Camera	utenti	
Obiettivo	C2	Migliorare la trasparenza della Camera, la comunicazione e la diffusione dell'informazione economico- statistica													
			Indicatore	Algoritmo di calcolo	Valore effettivamente osservato nell'anno 2015	Vaore ottenuto 2016	Target 2016	% Realizzazione 2016	Target 2017	Target 2018	CDR	tipo di indicatore	Fonte dei dati	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note
Indicatori	C2	3	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		1,03	≥1	100%	≥1	≥1	Segretario Generale	qualità percepita	Rilevazione interna della Camera	utenti , cittadini	
Missione	16	Commercio Internazionale e internazionalizzazione del sistema delle imprese											risorse previste (revisione budget di luglio)	risorse spese	
													€ 2.113.662,19	€ 2.841.918,06	
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	Algoritmo di calcolo	Valore effettivamente osservato nell'anno 2015	Vaore ottenuto 2016	Target 2016	% Realizzazione 2016	Target 2017	Target 2018	CDR	tipo di indicatore	Fonte dei dati	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note
Indicatori	A1	1	Grado di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di promozione dell'internazionalizzazione (indicatore Pareto e bench)	N° imprese coinvolte nelle iniziative della CCGIAA anno "n" *1000/Imprese Attive (escluse le unità locali)	5,71	4,55	5,50	83%	5,50	5,50	Segretario Generale	qualità /output	Rilevazione interna della Camera - Banca dati Infocamere	utenti	L'organizzazione da parte della Camera di iniziative più mirate all'esplorazione di nuovi mercati e nuovi settori non favorisce il coinvolgimento di numeri molto alti di imprese- Inoltre è stato privilegiato l'outcoming rispetto alle iniziative di incoming e delegazioni straniere che generalmente coinvolgono un maggior numero di imprese
	A1	2	Grado di coinvolgimento di nuove imprese nelle iniziative di promozione dell'internazionalizzazione	N° nuove imprese coinvolte nelle iniziative della CCGIAA/N° imprese coinvolte nelle iniziative della CCGIAA anno "n"	30%	30%	22%	100%	22%	22%	Segretario Generale	qualità /output	Rilevazione interna della Camera	utenti	Obiettivo pienamente raggiunto
Missione	32	Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche											risorse previste (revisione budget di luglio)	risorse spese	
													€ 6.397.719,56	€ 2.915.437,92	
Programma	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	Algoritmo di calcolo	Valore effettivamente osservato nell'anno 2015	Vaore ottenuto 2016	Target 2016	% Realizzazione 2016	Target 2017	Target 2018	CDR	tipo di indicatore	Fonte dei dati	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note

Indicatori	D3	3	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		0,92	<=1	100%	<=1	<=1	Segretario Generale	efficienza	Bilancio consuntivo	contribuenti	Obiettivo pienamente raggiunto
	D3	4	Aumento del livello di produttività delle risorse umane	Costi personale anno X/Costi personale anno X-1	0,97	0,97	<1	100%	<1	<1	Segretario Generale	efficienza	Bilancio consuntivo	contribuenti	Obiettivo pienamente raggiunto
	D3	5	Valore restituito alle imprese mediante l'esercizio delle attività istituzionali dell'Ente (indicatore bench)	Valore aggiunto distribuito al tessuto economico produttivo/Imprese Attive (escluse le unità locali)	134	125	140,00	90%	120,00	120,00	Segretario Generale	outcome	Elaborazione interna della Camera	contribuenti	Obiettivo pienamente raggiunto, sebbene influenzato dal fatto che il livello degli interventi economici effettivamente realizzato sia stato inferiore di quelli previsti