

PIANO DEGLI INDICATORI E DEI RISULTATI ATTESI DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI PISA 2014-2016 (ESTRATTO DAL CRUSCOTTO DI ENTE)									
	c i o n d t	c i o n d t	DIMENSIONE STRATEGICA IMPRESE E TERRITORIO		Target 2014	Target 2015	Target 2016	tipo di indicatore	fonte dei dati
Missione 016 Comm. Intern.le e internazionalizzazione del sistema delle imprese	A1		Rafforzare la presenza sul mercato internazionale delle imprese del territorio e la promozione del Made in Italy						
	A1	1	Grado di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di promozione dell'internazionalizzazione (indicatore Pareto e bench)	N° imprese coinvolte nelle iniziative della CCLAA anno "n" *1000/Imprese Attive (escluse le unità locali)	5,50	5,50	6,00	output	Rilevazione interna della Camera - Banca dati Infocamere
	A1	2	Grado di coinvolgimento di nuove imprese nelle iniziative di promozione dell'internazionalizzazione	N° nuove imprese coinvolte nelle iniziative della CCLAA/N° imprese coinvolte nelle iniziative della CCLAA anno "n"	18%	19%	20%	output	Rilevazione interna della Camera
Missione 011 Competitività e sviluppo per le imprese	A2		Sostenere il credito e lo sviluppo di una cultura finanziaria nelle imprese, quali leve strategiche per la competitività del sistema						
	A2	3	Grado di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di sostegno al credito (indicatore bench)	n° imprese beneficiarie di agevolazioni finanziarie (contributi fdo perduto, microfinanziamenti, confidi)*1000 anno "n"/Imprese Attive (escluse le unità locali)	11,00	10,00	10,00	output	Rilevazione interna della Camera - Banca dati Infocamere
Missione 011 Competitività e sviluppo per le imprese	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						
	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 * 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)	100%	105,00%	110,00%	output	Rilevazione interna della Camera
	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 anno X	1.100,00	1.200,00	1.300,00	output	Rilevazione interna della Camera
Missione 011 Competitività e sviluppo per le imprese	A4		Promuovere la filiera del turismo e valorizzazione integrata del territorio						
	A4	2	Grado di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di promozione locale	N° imprese partecipanti alle iniziative della CCLAA di promozione locale*1000/Imprese attive (escluse unità locali)	7,00	7,50	8,00	output	Rilevazione interna della Camera - Banca dati Infocamere
Missione 012 Regolazione del mercato 4.1 affari economici- affari generali economici commerciali e del lavoro	A6		Promuovere gli strumenti di giustizia alternativa e di tutela dei consumatori						
	A6	1	Grado di diffusione del servizio di conciliazione nel tessuto economico locale (Indicatore di bench)	N° conciliazioni avviate (dato di stock)*1000/Imprese attive (escluse le unità locali)	45,00	45,40	46,00	output	Banca dati Infocamere
	A6	2	Livello di qualità delle conciliazioni gestite (dati di stock)	N° conciliazioni con esito positivo (dato stock)/N° conciliazioni gestite (dato stock)	51%	51%	51%	outcome	Banca dati Infocamere
Missione 012 Regolazione del mercato 4.1 affari economici- affari generali economici commerciali e del lavoro	A8		Contribuire alla regolazione del mercato delle produzioni agroalimentari						
	A8	2	Livello di qualità di affidabilità Organismo di controllo dei Vini a DOC	n° ricorsi andati a buon fine per la CCLAA/n° ricorsi sollevati dalle imprese (dato di stock)	80%	90%	90%	qualità percepita	Rilevazione interna della Camera
Missione 011 Competitività e sviluppo per le imprese	A9		Valorizzare e diffondere l'informazione economico-statistica						
	A9	1	Presenza costante dell'informazione economica statistica sulla stampa locale mensile	n° di presenze sulla stampa dei dati economico-statistici prodotti dall'ente	15,00	15,00	15,00	outcome	Rilevazione interna della Camera

	c i o n d t	c i o n d t	DIMENSIONE STRATEGICA PROCESSI INTERNI		Target 2014	Target 2015	Target 2016	tipo di indicatore	fonte dei dati
Missione 016 Comm. Intern.le e internazionalizzazione del sistema delle imprese	B1		Rafforzare il grado di informatizzazione della Camera						
	B1	3	Livello di diffusione dei certificati di origine richiesti on line	n° certificati di origine richiesti on line/n° di certificati di origine rilasciati da entrambi le sedi	40%	45%	48%	quantità fisica	Banca dati IBS
Missione 012 Regolazione del mercato 1.3 Servizi generali delle pubbliche amministrazioni/ Missione 032 Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche	B2		Migliorare la qualità dei servizi e la soddisfazione dell'utenza						
	B2	1	Grado di rispetto dello standard di 5 gg per la lavorazione delle pratiche telematiche	% Pratiche telematiche evase entro 5gg (indicatore bench al netto delle PEC)	98%	98%	98%	output	Banca dati Infocamere
	B2	3	Grado di rispetto degli standard previsti nella Carta dei Servizi	N° degli indicatori che rispettano gli standard inseriti nella Carta dei servizi/n° degli standard inseriti nella Carta dei servizi (media del monitoraggio trimestrale)	90,0%	92,5%	95,0%	qualità erogata	Rilevazione interna della Camera
	B2	6	Grado di implementazione sistema qualità	Mantenimento negli anni della certificazione Iso 9000: iniziative realizzate/iniziativa previste nell'anno	100%	100%	100%	qualità erogata	Rilevazione interna della Camera
Missione	c i o n d t	c i o n d t	CRESCITA E APPRENDIMENTO		Target 2014	Target 2015	Target 2016	tipo di indicatore	fonte dei dati
Missione 012 Regolazione del mercato 1.3 Servizi generali delle pubbliche amministrazioni	C2		Migliorare la trasparenza della Camera potenziando gli strumenti di comunicazione						
	C2	3	Grado di soddisfazione sull'utilità del sito (molto)	Percentuale di giudizi sull'utilità del sito che presentano una soddisfazione almeno pari a 2 (abbastanza=2, molto=3, su scala da 1a 3)	72%	76%	80%	qualità percepita	Rilevazione interna della Camera
Missione	c i o n d t	c i o n d t	ECONOMICO FINANZIARIO		Target 2014	Target 2015	Target 2016	tipo di indicatore	fonte dei dati
Missione 032 Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche	D3		Incrementare il valore aggiunto creato						
	D3	3	Incidenza dei costi delle aree che hanno la competenza sulla guida e sul funzionamento della CCIAA rispetto agli oneri correnti (indicatore bench e pareto)	Id_360_Oneri correnti delle Funzioni I A e B/Oneri Correnti	<=48%	<=46%	<=46%	efficienza	Bilancio consuntivo
	D3	4	Aumento del livello di produttività delle risorse umane	Costi personale anno X/Oneri Correnti	<=23%	<=22%	<=22%	produttività fattore lavoro	Bilancio consuntivo
	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)	180,00	185,00	185,00	outcome	Elaborazione interna della Camera