

PIANO DEGLI INDICATORI E DEI RISULTATI ATTESI DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI PISA 2015-2017 (ESTRATTO DAL CRUSCOTTO DI ENTE)									
Missione	011	Competitività e sviluppo delle imprese							
Programma	005	Regolamentazione, incentivazione dei settori imprenditoriali, sperimentazione tecnologica, lotta alla contraffazione, tutela della proprietà industriale Sostegno all'internazionalizzazione delle imprese e promozione del made in Italy							
Area Organizzativa		Area promozione e sviluppo economico, Area della 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	Target 2015	Target 2016	Target 2017	tipo di indicatore	Fonte dei dati	
Indicatori	A2	3	Grado di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di sostegno al credito (indicatore bench)	n° imprese beneficiarie di agevolazioni finanziarie (contributi fido perduto, microfinanziamenti, confidi)*1000 anno "n"/Imprese Attive (escluse le unità locali)	9,00	8,00	7,00	output -qualità	Rilevazione interna della Camera - Banca dati Infocamere
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	Target 2015	Target 2016	Target 2017	tipo di indicatore	Fonte dei dati	
Indicatori	A3	2	Livello di diffusione delle attività di formazione manageriale in termini di ore realizzate e livello di affluenza	$\Sigma(\text{Ore formative realizzate (formazione per la creazione di impresa, manageriale e green) nell'anno } * \text{ partecipanti ai corsi formativi) anno } X / \Sigma(\text{Ore formative realizzate (formazione per la creazione di impresa, manageriale e green) nell'anno } * \text{ partecipanti ai corsi formativi) anno } X$	70%	90,00%	90,00%	output -qualità	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	1.300,00	1.200,00	1.000,00	output -qualità	Rilevazione interna della Camera
Obiettivo	A4	Promuovere la filiera del turismo e valorizzazione integrata del territorio							
		Indicatore	Algoritmo di calcolo	Target 2015	Target 2016	Target 2017	tipo di indicatore	Fonte dei dati	
Indicatori	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)	7,50	8,00	8,00	output -qualità	Rilevazione interna della Camera - Banca dati Infocamere
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	Target 2015	Target 2016	Target 2017	tipo di indicatore	Fonte dei dati	
Indicatori	C2	4	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	output -qualità	Rilevazione interna della Camera
Missione	012	Regolazione dei mercati							

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		Target 2015	Target 2016	Target 2017	tipo di indicatore	Fonte dei dati
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)		4,00	4,20	4,50	output -qualità	Banca dati Infocamere
	A6	2	Livello di qualità delle conciliazioni gestite (Indicatore di bench)	N° di conciliazioni concluse con accordo positivo (successive al primo incontro)/ N° di conciliazioni (successive al primo incontro) concluse nel 2015		78%	80%	82%	output -qualità	Banca dati Infocamere
Obiettivo	A8	Contribuire alla regolazione del mercato delle produzioni agroalimentari								
		Indicatore		Algoritmo di calcolo		Target 2015	Target 2016	Target 2017	tipo di indicatore	Fonte dei dati
Indicatori	A8	2	Livello di qualità di affidabilità Organismo di controllo dei Vini a DOC	N° di NC rilevate nell'anno"n" dall'ICQRF sull'operatività dell'Organismo di controllo dei vini a DOC		<=2	<=2	<=2	output -qualità	Rilevazione interna della Camera
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		Target 2015	Target 2016	Target 2017	tipo di indicatore	Fonte dei dati
Indicatori	B1	2	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 semestrale)		92,5%	95,0%	95,0%	qualità erogata	Rilevazione interna della Camera
	B1	6	Grado di implementazione sistema qualità	Mantenimento negli anni della certificazione Iso 9000: iniziative realizzate/iniziativa previste nell'anno		100,0%			qualità erogata	Rilevazione interna della Camera
Obiettivo	C2	Migliorare la trasparenza della Camera, la comunicazione e la diffusione dell'informazione economico- statistica								
		Indicatore		Algoritmo di calcolo		Target 2015	Target 2016	Target 2017	tipo di indicatore	Fonte dei dati
Indicatori	C2	3	Grado di soddisfazione sull'utilità del sito (molto)	Percentuale di giudizi della customer satisfaction sull'utilità del sito che presentano una soddisfazione complessivamente buona (buono e discreto su scala da 1 a 4)		85%	85%	85%	qualità percepita	Rilevazione interna della Camera

Missione		Commercio Internazionale e internazionalizzazione del sistema delle imprese								
Programma	16	Sostegno all'internazionalizzazione delle imprese e promozione del made in Italy								
Area Organizzativa	005	Area promozione e sviluppo sistemi economici								
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		Target 2015	Target 2016	Target 2017	tipo di indicatore	Fonte dei dati
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)		5,50	5,50	5,50	qualità /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 CCIAA/N° imprese coinvolte nelle iniziative della CCIAA anno "n"		19%	20%	20%	qualità /output	Rilevazione interna della Camera
Missione		Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche								
Programma	32	Servizi generali, formativi ed approvvigionamenti per le Amministrazioni pubbliche								
Area Organizzativa	004	Area Gestione Patrimoniale e Finanziaria								
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		Target 2015	Target 2016	Target 2017	tipo di indicatore	Fonte dei dati
Indicatori	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		<=46%	<=48%	<=50%	efficienza	Bilancio consuntivo
	D3	4	Aumento del livello di produttività delle risorse umane	Costi personale anno X/Oneri Correnti		<=22%	<=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)		150,00	140,00	120,00	outcome	Elaborazione interna della Camera