

PARTE TERZA

Relazione sulla gestione (ex art. 7 DM 27 marzo 2013)

La presente relazione è predisposta secondo quanto previsto dall'art. 7 del D.M. 27 marzo 2013 con l'evidenziazione delle finalità della spesa complessiva riferita a ciascuna delle attività svolte secondo un'articolazione per missioni e programmi, individuati per le Camere di Commercio, dal Ministero dello Sviluppo Economico con nota del 12 settembre 2013.

MISSIONI	PROGRAMMI	DIVISIONE	GRUPPO	USCITE Conto preventivo in termini di cassa (aggiornamento)	USCITE Conto consuntivo in termini di cassa
Missione 011 Competitività e sviluppo per le imprese	Programma 005: Promozione e attuazione di politiche di sviluppo, competitività e innovazione, di responsabilità sociale d'impresa e movimento cooperativo	Divisione 4: AFFARI ECONOMICI	Gruppo 1: Affari generali economici, commerciali e del lavoro	€ 1.128.543,78	€ 1.422.791,36
Missione 012 Regolazione dei mercati	Programma 004: Vigilanza sui mercati e sui prodotti, promozione della concorrenza e tutela dei consumatori	Divisione 1: SERVIZI GENERALI PUBBLICHE AMM.NI	Gruppo 3: Servizi generali	€ 836.569,92	€ 976.770,11
Missione 012 Regolazione dei mercati	Programma 004: Vigilanza sui mercati e sui prodotti, promozione della concorrenza e tutela dei consumatori	Divisione 4: AFFARI ECONOMICI	Gruppo 1: Affari generali economici, commerciali e del lavoro	€ 1.225.131,75	€ 1.107.561,92
Missione 016 Comm. Intern.le e internazionalizzazione del sistema produttivo	Programma 005: Sostegno all'internazionalizzazione delle imprese e promozione del made in Italy	Divisione 4: AFFARI ECONOMICI	Gruppo 1: Affari generali economici, commerciali e del lavoro	€ 1.313.341,32	€ 1.980.666,05
Missione 032 Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche	Programma 002: Indirizzo politico	Divisione 1: SERVIZI GENERALI PUBBLICHE AMM.NI	Gruppo 1: Organi esecutivi e legislativi, attività finanziari e fiscali e affari esteri	€ 653.180,48	€ 351.066,37
Missione 032 Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche	Programma 003: Servizi e affari generali per le amministrazioni di competenza	Divisione 1: SERVIZI GENERALI PUBBLICHE AMM.NI	Gruppo 3: Servizi generali	€ 851.522,03	€ 746.011,61
Missione 090 Servizi per conto terzi e partite di giro	Programma 001 Servizi per conto terzi e partite di giro	Divisione 1: SERVIZI GENERALI PUBBLICHE AMM.NI	Gruppo 3: Servizi generali	€ 2.100.386,72	€ 1.706.752,75
TOTALE GENERALE				€ 8.108.676,00	8.291.620,17

Viene quindi illustrato, in conformità alla Circolare Mise n. 0050114 del 9.4.2015, il risultato a consuntivo del piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio, redatto ai sensi dell'art. 19 del D.Lgs. n. 91/2011 e secondo le linee guida definite con D.P.C.M. 18 settembre 2012, ed assestato con delibera di Consiglio n. 7 del 22.07.2019 così come proposto con delibera n. 65 del 1/07/2019

Il Piano degli indicatori della Camera di Commercio di Pisa 2019-2021 è stato costruito come un estratto degli obiettivi contenuti nel cruscotto di Ente che vengono ricollegati alle singole missioni e “programmi”.

Come si può rilevare dal prospetto, nel complesso erano stati individuati 9 indicatori con target misurati quantitativamente che a fine anno sono stati posti a confronto con il dato consuntivo.

Nel dettaglio si osserva che alla Missione 011 Programma 5 sono stati assegnati 3 obiettivi, riguardanti rispettivamente la cultura d’impresa e l’orientamento al lavoro, la promozione della filiera del turismo e la valorizzazione integrata del territorio e la comunicazione e diffusione dell’informazione economico statistica. La realizzazione di tali obiettivi è stata collegata a 3 indicatori i cui target previsti sono stati raggiunti in due casi su tre.

Missione	011	Competitività e sviluppo delle imprese											
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	A3	Promuovere la cultura d'impresa e l'orientamento al lavoro, il trasferimento di conoscenze, l'innov. tecnologica ed organizzativa, lo sviluppo di imprese innovative e la crescita del capitale umano											
		Indicatore	Algoritmo di calcolo	Ultimo dato disponibile (consuntivo 2018)	Valore ottenuto 2019	Target 2019	% Realizzazione 2019	Target 2020	Target 2021	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	
	A3	1	Livello di diffusione dell'attività realizzata in tema di orientamento, alternanza e impresa simulata	Σ(Ore erogate in attività orientam e alternanza nell'anno X + studenti coinvolti nell' anno X)/Σ(Ore erogate in attività orientam e alternanza nell'anno X-2 + studenti coinvolti anno X-2)		1,35	≥1,00	100%	≥1	≥1	rapporto	output-qualità	Rilevazione interna della Camera
Obiettivo	A4	Promuovere la filiera del turismo e valorizzazione integrata del territorio											
		Indicatore	Algoritmo di calcolo	Ultimo dato disponibile (consuntivo 2018)	Valore ottenuto 2019	Target 2019	% Realizzazione 2019	Target 2020	Target 2021	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	
Indicatori	A4	1	Livello di coinvolgimento di altri soggetti ed Enti per la promozione turistica e dei beni culturali	N° di protocolli d'intesa in essere per la promozione turistica e dei beni culturali	6	5	≥4	100%	>=4	>=4	valore assoluto	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	C2	Migliorare la trasparenza della Camera, la comunicazione e la diffusione dell'informazione economico- statistica											
		Indicatore	Algoritmo di calcolo	Ultimo dato disponibile (consuntivo 2018)	Valore ottenuto 2019	Target 2019	% Realizzazione 2019	Target 2020	Target 2021	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	
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	1,11	0,71	≥1	71%	≥1	≥1	rapporto	output-qualità	Rilevazione interna della Camera

Con riferimento all'ultimo indicatore riguardante il livello di visibilità sui media (stampa e on line) si rileva che la chiusura in corso d'anno di alcune testate ha penalizzato la risonanza che negli anni precedenti veniva data ai comunicati prodotti dalla Camera, conseguentemente il confronto su base annua risulta pari al 71%, sebbene si tratti di numeri molto rilevanti superiori alle circa 400 uscite in un anno. Da rilevarsi che al contempo risultano notevolmente incrementati i contatti sui Social Network ed in particolare Facebook rappresenta il canale più utilizzato e che ha riscosso un incremento di consensi molto elevato su base annua anche nelle sue pagine specifiche di Pisa Food & Wine, Terre di Pisa e Macc, confermando la sempre maggiore rilevanza dei social media in ambito comunicativo.

Per quanto riguarda la Missione 012, Programma 04, si rileva che risultano assegnati 3 obiettivi riguardanti rispettivamente la promozione degli strumenti di giustizia alternativa e di tutela dei consumatori, il rispetto della Carta dei Servizi per migliorare la qualità dei servizi resi ed il grado di utilizzo del sito da parte dell'utenza rilevato da Google Analytics. I tre indicatori associati risultano realizzati con una percentuale superiore al 90% ed in due casi i target risultano pienamente raggiunti.

Missione	Regolazione dei mercati												
Programma	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 2018)	Valore ottenuto 2019	Target 2019	% Realizzazione 2019	Target 2020	Target 2021	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	
Indicatori	A6	1	Grado di diffusione del servizio di conciliazione nel tessuto economico locale	N° conciliazioni avviate nell'anno X/N° conciliazioni avviate nell'anno X-1	--	92,00%	1,00	92%	>=1	>=1	percentuale	output- qualità	Banca dati Infocamera
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 2018)	Valore ottenuto 2019	Target 2019	% Realizzazione 2019	Target 2020	Target 2021	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	
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	99,5%	99,8%	95,0%	100%	95,0%	95,0%	percentuale	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	Ultimo dato disponibile (consuntivo 2018)	Valore ottenuto 2019	Target 2019	% Realizzazione 2019	Target 2020	Target 2021	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	
Indicatori	C2	1	Grado di utilizzo del sito	Numero di utenti del sito camerale rilevati tramite google analytics dell'anno 2019/Numero di utenti del sito camerale rilevati tramite google analytics dell'anno 2018	--	1,05	≥1	100%	≥1	≥1	rapporto	qualità erogata	Rilevazione interna della Camera tramite google

Con riferimento alla Missione 16, Programma 005 si rileva, per quanto riguarda gli obiettivi assegnati in termini di rafforzare la presenza sul mercato internazionale delle imprese del territorio, un pieno raggiungimento dei target assegnati sia con riferimento al numero delle imprese coinvolte nelle iniziative di

internazionalizzazione che al livello di diffusione dell'attività formativa, con valori nettamente superiori a quelli previsti.

Missione	16	Commercio Internazionale e internazionalizzazione del sistema produttivo											
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	Ultimo dato disponibile (consuntivo 2018)	Valore ottenuto 2019	Target 2019	% Realizzazione 2019	Target 2020	Target 2021	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	
Indicatori	A1	1	Grado di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di promozione dell'internazionalizzazione	N° imprese coinvolte nelle iniziative (di partecipazione collettiva a fiere nazionali e ad incoming di operatori esteri + partecipazione a fiere in Italia e all'estero con il sostegno economico), nell'anno X *1000/Imprese Attive (escluse le unità locali)	4,73	4,93	3,50	100%	3,50	3,50	per mille	qualità /output	Rilevazione interna della Camera - Banca dati Infocamere
	A1	2	Livello di diffusione delle attività di formazione per la competitività delle imprese e dei territori in termini di ore realizzate e livello di affluenza	Σ(Ore erogate nell'anno X * partecipanti ai corsi formativi ed informativi anno X)/Σ(Ore erogate nell'anno X-1* partecipanti ai corsi formativi ed informativi anno X-1)	0,91	1,53	>1	100%	≥1	≥1	rapporto	qualità erogata	Rilevazione interna della Camera

Alla Missione 32 Programmi 002 e 003 è stato associato l'obiettivo Continuare a creare valore aggiunto. L'indicatore collegato risulta raggiunto al 100%.

Missione	32	Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche											
	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	Ultimo dato disponibile (consuntivo 2018)	Valore ottenuto 2019	Target 2019	% Realizzazione 2019	Target 2020	Target 2021	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	
Indicatori	D3	3	Grado di restituzione delle risorse al territorio in interventi economici	(Interventi economici erogati nell'anno X /Imprese Attive anno X (escluse le unità locali))/(Interventi economici erogati nell'anno X-1 /Imprese Attive anno X-1 (escluse le unità locali))	1,78	1,07	≥1	100%	≥1	≥1	rapporto	outcome/efficacia	Bilancio consuntivo

Il PIRA presentato a preventivo e corredato dei dati consuntivi viene allegato sub 1.

Il Presidente della Camera di
Commercio, Industria, Artigianato
Agricoltura di Pisa
Valter Tamburini