

PIANO DEGLI INDICATORI E DEI RISULTATI ATTESI DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI PISA 2020-2022 - CONSUNTIVO													SPESA PREVISTA			
Missione	011	Competitività e sviluppo delle imprese											risorse previste (revisione budget)	risorse spese		
													1,182,434,00	€ 1.490.861,14		
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'innovaz. tecnologica ed organizzativa, lo sviluppo di imprese innovative e la crescita del capitale umano														
		Indicatore	Algoritmo di calcolo	Ultimo dato disponibile (consuntivo 2019)	Valore ottenuto 2020	Target 2020	% Realizzazione 2020	Target 2021	Target 2022	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	CDR	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note	
	A3	1	Livello di diffusione dell'attività realizzata in tema di orientamento, alternanza e impresa simulata	$\Sigma(\text{Ore erogate in attività orientam e alternanza nell'anno X} * \text{studenti coinvolti nell' anno X})$		6481,00	≥ 6.000	100%	--	--	dato in 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 2019)	Valore ottenuto 2020	Target 2020	% Realizzazione 2020	Target 2021	Target 2022	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	CDR	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note	
Indicatori	A4	1	Livello di coinvolgimento di altri soggetti ed Enti per la promozione turistica e dei beni culturali	Attuazione programma 2020 della convenzione con l' Ambito turistico TerrediPisa		89%	100%	89%	--	--	percentuale	output -qualità	Rilevazione interna della Camera	Segretario Generale	utenti	Su 18 attività previste dal programma ne sono state completate 16 entro l'anno 2020

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 2019)	Valore ottenuto 2020	Target 2020	% Realizzazione 2020	Target 2021	Target 2022	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	CDR	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note
Indicatori	C2	2	Livello di visibilità delle iniziative camerale sui media	Uscite medie (stampa e on line) di comunicati prodotti dall'ente (promozione di iniziative camerale e dati economico-statistici) nell'anno X /Uscite medie (stampa e on line) di comunicati prodotti dall'ente (promozione di iniziative camerale e dati economico-statistici) nell'anno X-1		1,29	≥1	100%	≥1	≥1	rapporto	output -qualità	Rilevazione interna della Camera	Segretario Generale	cittadini
Missione	012	Regolazione dei mercati											risorse previste (revisione budget)	risorse spese	
													€ 2.215.840	€ 1.917.961,88	
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 2019)	Valore ottenuto 2020	Target 2020	% Realizzazione 2020	Target 2021	Target 2022	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	CDR	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note
Indicatori	A6	1	Grado di implementazione dell'Organismo di composizione delle crisi	N° di gestioni avviate presso l'Organismo di composizione delle crisi anno 2020/N° di gestioni avviate presso l'Organismo di composizione delle crisi anno 2019	143,00%	100,00%	100,00%	100%	120,00%	120,00%	percentuale	output -qualità	Banca dati Infocamere	Dirigente Area Semplificazione trasparenza e tutela	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 2019)	Valore ottenuto 2020	Target 2020	% Realizzazione 2020	Target 2021	Target 2022	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	CDR	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note
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	99,8%	99%	95,0%	100%	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		Algoritmo di calcolo	Ultimo dato disponibile (consuntivo 2019)	Valore ottenuto 2020	Target 2020	% Realizzazione 2020	Target 2021	Target 2022	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	CDR	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note
Indicatori	C2	1	Grado di utilizzo del sito	Numero di utenti del sito camerale rilevati tramite google analytics dell'anno 2020/Numero di utenti del sito camerale rilevati tramite google analytics dell'anno 2019	1,05	1,76	≥ 1	100%	≥ 1	≥ 1	rapporto	qualità erogata	Rilevazione interna della Camera tramite google	Segretario Generale	utenti , cittadini	
Missione	16	Commercio Internazionale e internazionalizzazione del sistema produttivo												risorse previste (revisione budget)	risorse spese	
														€ 1.084.735	€ 1.196.097,48	
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 2019)	Valore ottenuto 2020	Target 2020	% Realizzazione 2020	Target 2021	Target 2022	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	CDR	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note
Indicatori	A1	1	Grado di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di promozione dell'internazionalizzazione	N° imprese coinvolte nelle iniziative (servizi di supporto all'internazionalizzazione- check up+ beneficiari di voucher per internazionalizzazione), nell'anno X *1000/Imprese Attive (escluse le unità locali)		4,99	2,00	100%	3,50	3,50	per mille	qualità /output	Rilevazione interna della Camera - Banca dati Infocamere	Segretario Generale	utenti	

	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	$\Sigma(\text{Ore erogate nell'anno X} * \text{partecipanti ai corsi formativi ed informativi anno X}) / \Sigma(\text{Ore erogate nell'anno X -1} * \text{partecipanti ai corsi formativi ed informativi anno X-1})$	1,53	2,33	≥ 1	100%	≥ 1	≥ 1	rapporto	qualità erogata	Rilevazione interna della Camera	Segretario Generale	utenti		
Missione	32	Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche											risorse previste (revisione budget)	risorse spese			
																	€ 1.770.396,00
	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 2019)	Valore ottenuto 2020	Target 2020	% Realizzazione 2020	Target 2021	Target 2022	Unità di misura	tipo di indicatore	Fonte dei dati	CDR	Stakeholders: cittadini utenti contribuenti	Note	
Indicatori	D3	1	Ottimizzazione dei costi di funzionamento dell'Ente	(Oneri di funzionamento+ costi personale)/ imprese attive al 31/12 (escluse le unità locali)	120,45 €	105,57 €	\leq risultato medio benchmarking regionale anno 2019 €125,85	100%	\leq risultato medio benchmarking regionale anno 2020	\leq risultato medio benchmarking regionale anno 2021	rapporto	efficienza	Bilancio consuntivo-Banca dati Infocamere	Segretario Generale	contribuenti		
	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))	55,90	63,78	\leq risultato medio benchmarking regionale anno 2019 € 43,40	100%	\leq risultato medio benchmarking regionale anno 2020	\leq risultato medio benchmarking regionale anno 2021	rapporto	outcome/efficacia	Bilancio consuntivo	Segretario Generale	contribuenti		