




<b>Area strategica</b>	<b>Prato diversifica</b>				
<b>Attività/Servizio</b>	<b>Brevetti e marchi</b>				<b>Performance</b>
<b>Descrizione</b>	<p>La tutela della proprietà industriale (ovvero l'insieme dei principi giuridici che tutelano le opere dell'ingegno umano) è attribuita per legge all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (U.I.B.M.) costituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico, al quale compete il rilascio dei brevetti e delle registrazioni, previo esame delle relative domande. A livello provinciale, presso la Camera di Commercio di Prato, è istituito l'Ufficio Marchi e Brevetti, che fornisce tutta la modulistica e le istruzioni necessarie per la compilazione ed il deposito delle domande di registrazione per marchi di impresa nazionali ed internazionali, di brevetto per invenzioni industriali e modelli di utilità, nonché di registrazione per i disegni e modelli. L'Ufficio è altresì competente a ricevere i cosiddetti "seguiti" alle pratiche di brevetto o di marchio, ossia tutti quegli atti che modificano in parte l'esercizio dei diritti connessi ai brevetti, ovvero che attestano l'avvenuta variazione di taluni elementi dei medesimi. <i>L'indicatore contenente il valore delle spese del personale sarà valorizzato successivamente all'approvazione del bilancio di esercizio 2013.</i></p>				
	<b>Customer satisfaction del servizio Protesti</b>	risultato della indagine condotta nel 2013	voto medio	8,01	
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Titoli depositati	n. depositi di brevetti, disegni e modelli	n. 38	25	100%
	Marchi depositati	n. marchi depositati	n. 283	250	100%
	Seguiti	n. seguiti	n. 39	35	100%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n. 0,96	1,0	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Grado di telematizzazione delle domande di brevetti, modelli, marchi e seguiti (Pareto)	n. domande brevetti, modelli, marchi e seguiti pervenute da utenti, imprenditori e mandatari con modalità telematica nell'anno/n. totale domande brevetti, modelli, marchi e dei seguiti pervenute nell'anno	% 25%	20%	100%
	Servizio di consulenza	n. giorni di presenza al consulente sportello primo orientamento	n. 15	15	100%
	Informazioni allo sportello	n. contatti personali per informazioni	n. 1.030	1.025	100%
	Informazioni via mail	n. risposte a e-mail per informazioni	n. 70	70	100%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Volume di attività per Marchi e Brevetti gestito dal personale addetto	n. richieste di registrazione Brevetti e Marchi (incluso i seguiti brevettuali) evase nell'anno/personale FTE imputato al servizio	n. 375	310	100%
	Ottimizzazione dei tempi (brevetti)	n. servizi erogati nel rispetto dei tempi previsti dalla legge/n. servizi totali	% 100%	100%	100%
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Customer satisfaction del servizio di consulenza	giudizio medio di soddisfazione	% 8,59	buono	100%
	Grado di utilizzo del sito internet	n.accessi al sito internet-marche e brevetti	n. 24.146	23.000	100%

<b>Area strategica</b>	<b>Valorizzare il territorio in Italia e all'estero</b>					
<b>Indicatore di livello</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Scenario triennio</b>	
	Capacità di attrazione delle imprese	n. nuove imprese estere presenti sul territorio / N. nuove imprese presenti sul territorio	%	50%	45%	
<b>Descrizione scenario atteso nel triennio</b>	La Camera di Commercio, sempre alla ricerca di nuovi sbocchi per le attività di tipo commerciale, economico e produttivo, ogni anno prende parte ad una serie di progetti a supporto dei processi di penetrazione delle imprese nei confronti dei mercati stranieri e porta avanti iniziative legate al tema dell'internazionalizzazione, accompagnata da una selezione di imprese. Parallelamente fornisce tutte le informazioni per lo stimolo alla nascita di nuove imprese straniere sul territorio pratese.					
<b>Indicatori</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Scenario triennio</b>	<b>Performance</b>
	Presenza internazionale	N. eventi all'estero cui partecipa la CCIAA per anno	n.	5	5 - 8	100%
	Incoming e delegazioni estere	N. iniziative realizzate	n.	2	2/ 3 all'anno	100%
	Realizzazione iniziative in sinergia con enti/istituzioni di livello regionale/nazionale	N. eventi realizzati	n.	3	2/4 l'anno	100%
<b>Principali interazioni istituzionali</b>	<b>Enti</b>	<b>Associazioni di categoria, enti ed organismi del sistema camerale, Ministero dello Sviluppo Economico, ICE</b>				

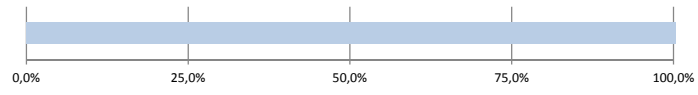
**Area strategica** Prato verso il mondo

**Programma** Internazionalizzazione

**Centro di Responsabilità** Dirigente Settore Sviluppo Imprese e territorio

**Budget** euro 540.695,72 (budget aggiornato)

Indicatore di avanzamento	Indicatore	Formula	Stato 2014	Target triennio
	Aziende partecipanti alle iniziative camerali	N.ro operatori coinvolti	2.313	170



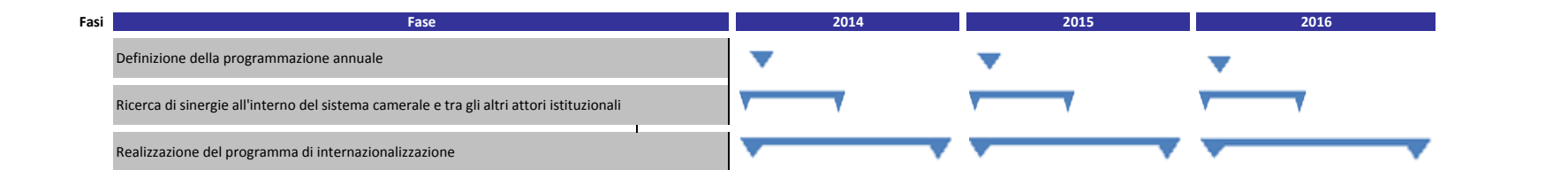
**Obiettivo** Obiettivo: Favorire la penetrazione delle imprese nei confronti dei mercati esteri - Supportare lo sviluppo della commercializzazione dei prodotti delle micro e piccole imprese

**Descrizione** Entrare in contatto con nuovi mercati e con nuovi clienti, facendo conoscere i propri prodotti, facendo leva sul fascino che il Made in Italy riscuote ancora in molte aree del mondo. Per cercare di aiutare le imprese ad affacciarsi su questi nuovi mercati, la Camera di Commercio di Prato continuerà ad operare con le sue iniziative di internazionalizzazione, che ogni anno ottengono un interesse sempre maggiore.

Per il 2014 sarà valutata la prosecuzione di alcune iniziative già realizzate nel corso degli anni precedenti (Rethinking the Product, pgt Filati in Giappone) particolarmente apprezzate dalle imprese. Sarà poi valutata la possibilità di organizzare degli incoming di operatori da paesi ritenuti di particolare interesse. Come di consueto si procederà inoltre con le attività dello sportello SPRINT e con la realizzazione di percorsi formativi rivolto ad imprese e professionisti in materia d'internazionalizzazione.

Il supporto ai processi di internazionalizzazione proseguirà anche attraverso misure a sostegno delle imprese per la partecipazione a mostre e fiere in Italia e all'estero, nonché di forme aggregative per la partecipazione a iniziative di promozione sui mercati esteri.

Verrà inoltre realizzato il Progetto "Buy Isitan" mediante l'incoming di operatori provenienti dal Giappone ed il Progetto "Nuove Imprese Esportatrici"



Indicatori	Tipologia	Indicatore	Formula	UDM	Target			Performance	Fonte del dato
					Stato 2014	2014	2015		
Realizzazione fisica	Operatori coinvolti	N.ro operatori coinvolti nell'ambito delle iniziative camerali	n.	167	50	60	60	100%	File: Aziende partecipanti 2014 e per rtp sito internet <a href="http://www.rethinkingtheproduct.com/ind ex.php/it/aziende">http://www.rethinkingtheproduct.com/ind ex.php/it/aziende</a>
Realizzazione fisica	Operatori stranieri contattati	N.ro operatori stranieri contattati a seguito delle iniziative	n.	2.313	800	800	800	100%	File "Workshop filati" "lista contatti generali evento Berlino" "2014 Buy Istean Buuers"
Realizzazione fisica	Settori coinvolti	N.ro settori coinvolti nell'attività di promozione	n.	7	6	6	6	100%	File "Circolare Buy Osetan"
Realizzazione finanziaria	Grado di utilizzazione risorse a budget	Risorse utilizzate/Risorse a budget	%	99%	70%	70%	70%	100%	File Mastro 8 2014

**Stakeholder** Imprese, Consumatori, Cittadini e loro Associazioni

<b>Area strategica</b>	<b>Prato verso il mondo</b>				
<b>Attività/Servizio</b>	<b>Promozione del territorio all'estero</b>				<b>Performance</b>
<b>Descrizione</b>	<p>La Camera di Commercio, sempre alla ricerca di nuovi sbocchi per le attività di tipo commerciale, economico e produttivo, ogni anno prende parte ad una serie di progetti a supporto dei processi di penetrazione delle imprese nei confronti dei mercati stranieri e porta avanti iniziative legate al tema dell'internazionalizzazione.</p> <p><i>L'indicatore contenente il valore delle spese del personale sarà valorizzato successivamente all'approvazione del bilancio di esercizio 2013</i></p>				
	<b>Customer satisfaction del servizio Internazionalizzazione</b>	risultato della indagine condotta nel 2013	voto medio	7,32	
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Delegazioni internazionali	n. delegazioni internazionali ricevute	n. 2	3	67%
	Missioni all'estero	n. di missioni di operatori all'estero	n. 5	5	100%
	Operatori	n. operatori coinvolti nei progetti	n. 167	50	100%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n. 1,7	1,9	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Ampiezza della promozione	n. settori coinvolti nell'attività di promozione	n. 7	6	100%
	Informazioni rilasciate Rete Sprint	n. info commercio estero nell'ambito rete sprint	n. 162	20	100%
	Formazione su materie di internazionalizzazione	n. seminari organizzati	n. 6	10	60%
	Formazione su materie di internazionalizzazione	n. soggetti partecipanti a seminari	n. 143	90	100%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Costo totale del servizio internazionalizzazione	Risorse utilizzate/Risorse a budget	€ 99%	70%	100%
	Risorse destinate a iniziative a supporto della promozione estera per ogni euro di spesa sostenuto dalla Camera	(€ iniziative interne + € trasferiti a soggetti esterni) / Spese per il personale FTE	€ 6,0	n.d.	n.d.
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Rotazione imprese partecipanti	% aziende che partecipano o che si ricandidano l'anno successivo	% 21%	50%	42%
	Grado di utilizzo del sito internet	n.accessi al sito internet-Ufficio Internazionalizzazione	n. 3.787	4.000	95%

<b>Area strategica</b>	<b>Regolare e tutelare il mercato</b>					
<b>Indicatore di livello</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Scenario triennio</b>	
	<b>Riduzione irregolarità e contenzioso nel comportamento delle imprese</b>	n. irregolarità riscontrate / n. controlli effettuati	%	14%	18% - 20%	
<b>Descrizione scenario atteso nel triennio</b>	<p>Gli interventi relativi a vigilanza del mercato, sicurezza dei prodotti e metrologia legale continueranno ad essere realizzati nell'intento di indurre le imprese a comportamenti virtuosi e di responsabilizzarle – anche attraverso seminari o incontri mirati – affinché siano consapevoli del beneficio che il rispetto delle regole e degli interessi più generali può portare alla collettività degli operatori nel suo complesso, attraverso il libero dispiegamento delle potenzialità economiche di ciascuno. Su questo fronte di attività continuerà anche per il nuovo anno la collaborazione con altri organi controllori (quali ad esempio la Guardia di Finanza) tesa a razionalizzare e unificare gli interventi ispettivi presso le imprese.</p> <p>In seguito all'approvazione del protocollo d'intesa tra Ministero per lo Sviluppo Economico e Unioncamere per la realizzazione di iniziative in materia di controllo, vigilanza del mercato e tutela dei consumatori, la Camera ha stipulato apposita convenzione con la stessa Unioncamere per la definizione del quadro dei controlli. In relazione a ciò, nel 2014 la Camera sarà impegnata nel completamento del piano dei controlli concordato, riguardante varie aree di intervento tra cui la metrologia, la sicurezza prodotti, l'energia e l'etichettatura dei tessili.</p> <p>La Camera ritiene inoltre che la lotta alla contraffazione sia un elemento centrale nell'affermazione della legalità e nella correttezza delle relazioni commerciali tra le imprese; per tale motivo presterà particolare attenzione a tutte quelle iniziative che si mostreranno meritevoli di sostegno, anche provenienti da soggetti terzi, finalizzate a combattere il fenomeno e ripristinare la trasparenza del mercato.</p>					
<b>Indicatori</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Scenario triennio</b>	<b>Performance</b>
	<b>Andamento attività ispettiva</b>	n. prodotti controllati	n	392	-30%	<b>100%</b>
<b>Principali interazioni</b>	<b>Enti</b>	Ordini professionali, Guardia di finanza, Ministero dello Sviluppo Economico, Unioncamere nazionale, Altre C.C.I.A.A.				

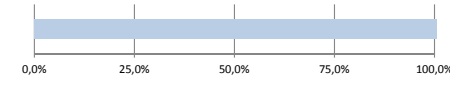
**Area strategica** Garantire la salute dell'Ente Camerale

**Programma** Una PA per le imprese

**Centro di Responsabilità** Segretario Generale - Dirigente Settore Anagrafico e Regolazione del Mercato

**Budget** euro 6845,06 (budget aggiornato)

Indicatore di avanzamento	Indicatore	Formula	Stato 2014	Target triennio
	Sviluppo temporale del numero di comunicazioni pervenute tramite posta elettronica ordinaria e certificata	N° comunicazioni pervenute tramite posta elettronica ordinaria e certificata Anno 2014 / N° comunicazioni pervenute al protocollo	72%	70%




**Obiettivo** Obiettivo: la semplificazione amministrativa

**Descrizione** La Camera di Commercio nell'ambito delle proprie attività di semplificazione mette in campo le proprie competenze e relazioni per eliminare le barriere che limitano il dovere delle Pubbliche Amministrazioni di reperire al loro interno tutte le informazioni raccolte nell'ambito dei rispettivi procedimenti amministrativi, senza la necessità di richiederle alle imprese e all'utenza in generale. Tra Pubbliche Amministrazioni la dematerializzazione dei procedimenti avverrà tramite collegamento informatico che assicuri lo scambio delle reciproche notizie (accesso banche dati dei Comuni, servizi integrati Tribunale) e l'utilizzo della posta elettronica certificata.


Fasi	2014	2015	2016
Organizzazione di iniziative di formazione sulle novità normative, sulle procedure e sugli applicativi informatici	✓	✓	✓
Diffusione canale telematico di comunicazione con imprese e pubbliche amministrazioni (DPCM 22.7.2012)	✓	✓	✓
Pubblicazione sul sito camerale dei procedimenti amministrativi e degli adempimenti	✓	✓	✓
Incremento dell'utilizzo della posta elettronica certificata	✓	✓	✓
Realizzazione della interoperabilità del Registro Imprese con la piattaforma SUAP della Regione Toscana	✓	✓	✓


Indicatori	Tipologia	Indicatore	Formula	UDM	Stato 2014	Target 2014	Target 2015	Target 2016	Performance	Fonte del dato
Realizzazione fisica		Sviluppo temporale del numero di comunicazioni pervenute tramite posta elettronica ordinaria e certificata	N° comunicazioni pervenute tramite posta elettronica ordinaria e certificata Anno 2014 / N° comunicazioni pervenute al protocollo	%	72%	50%	60%	70%	100%	Cartella di file "Protocolli"
Realizzazione fisica		Collegamenti con altre pubbliche amministrazioni	N° convenzioni/collegamenti attivati con altre pubbliche amministrazioni	n.	19	20	21	22	95%	Relazioni dei soggetti competenti
Realizzazione fisica		Tempestività aggiornamento sito camerale	N° accessi del sito per l'ottenimento di informazioni relative ai procedimenti amministrativi	n.	690.990	620.000	650.000	670.000	100%	Dati stimati Statistiche di accesso PO-NET 2013
Output		Informazioni	N° informazioni rilasciate	n.	17.603	17.000	17.000	17000	100%	Documentazione cartacea
Realizzazione finanziaria		Grado di utilizzazione risorse a budget	Risorse utilizzate / Risorse a budget	%	100%	80%	80%	80%	100%	Fatture Infocamere e programma di contabilità (Oracle)


**Stakeholder** Imprese, Consumatori, Cittadini e loro Associazioni

<b>Area strategica</b>	Prato nell'area metropolitana				
<b>Attività/Servizio</b>	Statistica, prezzi e informazione economica				<b>Performance</b>
<b>Descrizione</b>	<p>L'Ufficio Statistica della Camera di Commercio fa parte del Sistema Statistico Nazionale (SISTAN) e cura, per conto dell'ISTAT, del Ministero delle Attività Produttive e di altri organi di governo, le rilevazioni statistiche sui principali fenomeni economici e sociali a livello provinciale. In occasione dei Censimenti generali, l'Ufficio partecipa direttamente ad alcune fasi di esecuzione e coordina, d'intesa con l'ISTAT, le attività degli altri Organi censuari presenti sul territorio. Esso procede anche all'accertamento mensile dei prezzi all'ingrosso dei principali prodotti alimentari e dei sottoprodotti e materie prime utilizzati dall'industria tessile e redige un apposito listino che può costruire la base di eventuali certificazioni. Presso l'Ufficio inoltre le aziende interessate possono richiedere il deposito del proprio listino: dopo una breve istruttoria infatti lo stesso è in grado di rilasciare, a richiesta, visti di conformità su preventivi e offerte. <i>L'indicatore contenente il valore delle spese del personale sarà valorizzato successivamente all'approvazione del bilancio di esercizio 2013.</i></p>				
	Customer satisfaction del servizio	risultato della indagine condotta nel 2013	voto medio	7,04	
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Listini prezzi	n. listini prezzi pubblicati	n. 11	11	100%
	Elaborati (tabelle standard)	n. elaborati (tabelle standard) diffusi	n. 559	400	100%
	Studi e ricerche	n. studi e ricerche effettuate	n. 8	6	100%
	Giornata dell'economia	elaborazione del rapporto sulla situazione economica provinciale	n. 1	1	100%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n. 1,8	2,1	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Servizio nuove imprese	n. utenti servizio nuove imprese x 1.000 / n. imprese attive (escluse u.l.)	n. 13,4	7	100%
	Informazioni provvedimenti agevolati	n. informazioni relative a provvedimenti agevolativi sportello N.I.pubblicate sul sito	n. 63	40	100%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Livello di esternalizzazione delle ricerche	costo delle ricerche / costo del personale	% 24%	n.d.	n.d.
	Rispetto dei tempi di realizzazione indagini	n. medio giorni di ritardo rispetto alla scadenza programmata	gg. 0	0	100%
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Customer satisfaction del servizio di consulenza	Sportello nuove imprese - n. utenti soddisfatti/tot.utenti rispondenti	% 97%	100%	96,77%
	Accessi sezione del sito	n. accessi alla pagina sez. statistica (congiuntura, dati e tabelle, listini prezzi,)	n. 27.425	13.000	100%



<b>Area strategica</b>	<b>Prato nell'area metropolitana</b>					
<b>Attività/Servizio</b>	<b>Registro imprese</b>				<b>Performance</b>	
<b>Descrizione</b>	<p>Il Registro delle Imprese è l'anagrafe delle imprese: si trovano infatti i dati (costituzione, modifica, cessazione) di tutte le imprese con qualsiasi forma giuridica e settore di attività economica, con sede o unità locali sul territorio provinciale. Presso lo stesso sono depositati annualmente in via telematica i bilanci di esercizio delle società di capitali in formato XBRL per garantirne la più rapida e uniforme accessibilità a livello nazionale. Il Registro delle Imprese fornisce quindi un quadro essenziale della situazione giuridica di ciascuna impresa ed oltre alla primaria funzione di pubblicità, è un archivio fondamentale per l'elaborazione di indicatori di sviluppo economico ed imprenditoriale in ogni area di appartenenza. Il tessuto imprenditoriale pratese è caratterizzato da una sempre maggiore incidenza delle imprese straniere; in questo ambito ormai da alcuni anni è stato attivato il servizio di mediazione culturale in lingua cinese ed araba.</p>					
	<b>Customer satisfaction del servizio Registro Imprese</b>	risultato della indagine condotta nel 2013	voto medio	<b>8,15</b>		
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Imprese del territorio	n. imprese registrate (sedi ed unità locali - dato stock al 31/12)	n.	39.936	39.700	<b>100%</b>
	Nuove imprese (Tasso di natalità)	n. nuove imprese registrate nell'anno	n.	2.855	2.500	<b>100%</b>
	Cancellazioni (Tasso di mortalità)	n. cancellazioni dal Registro imprese	n.	2.788	2.400	<b>100%</b>
	Deposito Bilanci	n. bilanci depositati	n.	7.140	7.300	<b>98%</b>
	Pratiche gestite	n. modificazioni Registro imprese	n.	20.888	22.000	<b>95%</b>
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n.	15,20	15,00	<b>99%</b>
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Mediatore culturale	n. ore di presenza annue del mediatore culturale (2 mediatori)	h.	184	230	<b>80%</b>
	Informazioni allo sportello	n. informazioni rilasciate allo sportello informazioni	n.	3.260	3.500	<b>93%</b>
	Informazioni via mail	n. e-mail di risposta fornite da sportello informazioni	n.	3.560	3.500	<b>100%</b>
	Informazioni via telefono	n. contatti telefonici allo sportello informazioni	n.	10.753	10.000	<b>100%</b>
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Tempi medi di lavorazione delle pratiche telematiche Registro Imprese	n.ro medio di gg trascorsi dall'arrivo della pratica all'evasione, al netto dei tempi di sospensione	gg	2,8	9,5	<b>100%</b>
	Tasso di sospensione delle pratiche Registro Imprese	pratiche con almeno una sospensione / totale pratiche	%	32%	30%	<b>92%</b>
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Rispetto dei tempi di evasione	n. di pratiche del Registro Imprese ricevute nell'anno ed evase entro 5 giorni dal loro ricevimento (al netto del periodo di sospensione)/n.di pratiche del Registro Imprese ricevute nell'anno	%	85%	68%	<b>100%</b>
	Grado di utilizzo del sito internet	n.accessi al sito internet	n.	277.066	210.000	<b>100%</b>

<b>Area strategica</b>	<b>Prato nell'area metropolitana</b>					
<b>Attività/Servizio</b>	<b>Certificati, Visure, Protesti e altri servizi</b>				<b>Performance</b>	
<b>Descrizione</b>	<p>Le <i>visure</i> e i <i>certificati</i> sono documenti rilasciati dallo sportello Registro Imprese su richiesta dell'utente; contengono informazioni sulle imprese iscritte presso le Camere di Commercio di tutto il territorio nazionale. Le camere di commercio gestiscono in via informatica il Registro dei Protesti: pubblicano le iscrizioni, ricevono le istanze di cancellazione da parte degli interessati e rilasciano le informazioni tramite visure. Oltre che allo sportello, è possibile richiederli anche attraverso due specifici servizi web. Il Ministero dell'Ambiente ha attribuito specifiche competenze alle Camere di Commercio in materia ambientale, che consistono nella ricezione delle dichiarazioni MUD e nel rilascio dei dispositivi SISTRI.</p>					
	<b>Customer satisfaction del servizio Protesti</b>	risultato della indagine condotta nel 2013	voto medio	<b>8,15</b>		
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>	
	Certificati e visure Registro imprese	n. certificati e visure Registro imprese rilasciati allo sportello	n.	11.608	15.000	<b>77%</b>
	Visure Protesti	n. visure protesti	n.	424	700	<b>61%</b>
	Pubblicazione protesti	n. protesti pubblicati nel registro	n.	3.036	5.000	<b>61%</b>
	Cancellazione protesti su istanza	n. protesti cancellati su istanza	n.	108	300	<b>36%</b>
	Ambiente	n. pagine formulari rifiuti vidimati	n.	135.600	120.000	<b>100%</b>
	Gestione dei rifiuti	n. pagine registri di carico e scarico rifiuti vidimate	n.	264.385	175.000	<b>100%</b>
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n.	2,4	2,0	<b>79%</b>
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>	
	Accessibilità fisica	tot. visure e certificati RI e protesti / FTE dedicate a ricezione richieste	n.	4.972	8.429	<b>59%</b>
	Accessibilità fisica	n. ore apertura sportello settimanali	h	22:20	22:20	<b>100%</b>
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>	
	Ottimizzazione dei tempi di pubblicazione/cancellazione Protesti	n. servizi erogati nel rispetto degli standard / n. istanze	%	100%	100%	<b>100%</b>
	tempo medio di rilascio visure/certificati Registro Imprese	tempo totale sportello R.I. / q.tà certificati+visure R.I.	min.	5,69	3,94	<b>56%</b>

<b>Area strategica</b>	Prato nell'area metropolitana				
<b>Attività/Servizio</b>	ADR - Arbitrato e Conciliazione				<b>Performance</b>
<b>Descrizione</b>	<p>Mediazione, arbitrato, conciliazione sono tutte modalità extraprocessuali di composizione delle controversie che sono usualmente riunite sotto la dizione "risoluzione alternativa delle controversie".</p> <p>Si tratta di strumenti che vengono incontro prima di tutto all'esigenza di deflazionare il contenzioso giurisdizionale.</p> <p>Da molti anni il ricorso a tali strumenti è in continua espansione, ed in questa vicenda le Camere di Commercio hanno ricoperto un ruolo da protagonisti. Tale ruolo, riconosciuto a più riprese dal legislatore, è stato recentemente esaltato dalla riforma dell'ordinamento delle Camere di Commercio, che ha ricompreso fra le funzioni istituzionali di questi Enti la costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie.</p> <p>La Camera di Commercio di Prato, in particolare, svolge da tempo un ruolo attivo nella gestione di procedure di conciliazione e di arbitrato amministrato, per il tramite della propria Camera di Conciliazione e Arbitrato.</p>				
	<b>Customer satisfaction del servizio</b>	risultato della indagine condotta nel 2013	voto medio	6,87	
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Tirocini	n. tirocini effettuati	n. 277	70	100%
	Mediazioni	n. procedure di mediazione gestite	n. 165	60	100%
	Arbitrati	n. procedure arbitrali gestite	n. 23	10	100%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n. 1,8	1,6	88%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Diffusione del servizio di conciliazione	Conciliazioni gestite (*1000) / N.ro di imprese attive	% 5,7	0,9	100%
	Diffusione del servizio di arbitrato	Arbitrati amministrati (*1000) / N.ro di imprese attive	% 0,8	0,2	100%
	Gestione sedute di mediazione	n. richieste di modifica della data dell'incontro accolte/n. richieste	% 100%	90%	100%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Costo totale del servizio	Risorse utilizzate / Risorse a budget	% 17%	70%	24%
	Volume di attività per ADR	Totale conciliazioni gestite ed arbitrati amministrati / Personale dedicato al servizio	n. 104	20	100%
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Customer satisfaction	Giudizio medio espresso sul servizio	n. 4,8	4	100%
	Grado di utilizzo del sito internet	n. accessi alla pagina sezione dedicata all'ADR	n. 6.888	6.000	100%

**Fonte del dato**

File: "Registro mediazioni 2013-2014"

File: "Registro mediazioni 2013-2014"

File "Arbitrato"

File "Personale in FTE"

Numeratore file "Registro mediazioni"  
Denominatore File "Imprese"Numeratore: File "Arbitrato" Denominatore  
File "Imprese"


File: "Registro mediazioni 2013-2014"


File "Mastro 8 2014"

Denominatore: File "Personale in FTE"

Documentazione cartacea disponibile presso l'ufficio

Dato stimato

<b>Area strategica</b>	Prato nell'area metropolitana				
<b>Attività/Servizio</b>	Sanzioni e vigilanza				<b>Performance</b>
<b>Descrizione</b>	L'ordinamento vigente prevede l'applicazione di sanzioni amministrative a carico di chi viola determinate prescrizioni di legge allo scopo di colpire, e dunque scoraggiare, comportamenti potenzialmente dannosi per il cittadino, salvaguardando interessi collettivi rilevanti, quali, ad esempio, la pubblicità delle imprese, la correttezza commerciale e in generale la verifica del rispetto delle normative sul commercio, la sicurezza dei prodotti etc. L'Ufficio Sanzioni della Camera di Commercio svolge le funzioni sanzionatorie dell'ex U.P.I.C.A., ed è pertanto l'organo che procede all'irrogazione delle sanzioni amministrative in caso di accertata violazione di determinate normative, in materia commerciale e industriale rientranti nella propria competenza, da parte di operatori economici ai quali sia stato contestato o notificato un illecito amministrativo tramite apposito processo verbale (Legge 24/11/1981 n. 689).				
	<b>Customer satisfaction del servizio</b>	risultato della indagine condotta nel 2013	voto medio	7,08	
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Procedimenti sanzionatori	n. ordinanze adottate	n. 362	360	100%
	Ispezioni effettuate	n. ispezioni effettuate	n. 15	10	100%
	Controllo prodotti	n. prodotti controllati	n. 156	100	100%
	Gestione contenziosi	n. contenziosi gestiti nell'anno	n. 5	5	100%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n. 0,8	1,0	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Informazioni etichettatura rilasciate	n. richieste informazioni su corretta etichettatura prodotti	n. 117	100	100%
	Posizioni iscritte a ruolo	n. posizioni iscritte a ruolo/n. ordinanze ingiuntive notificate entro il 31/12/2013 per le quali è decorso inutilmente il termine per il pagamento	% 96%	80%	100%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Tasso di evasione dei verbali di accertamento	n. verbali di accertamento residui (non lavorati) dell'ultimo quadriennio (n-4; n-1) istruiti nell'anno/n. verbali di accertamento e residui (non lavorati) dell'ultimo quadriennio (n-4; n-1)	% 78%	60%	100%
	Volume di attività gestito dal personale addetto	n. ordinanze sanzionatorie adottate nell'anno/personale FTE imputato al servizio	n. 464	360	100%
	Banca dati VIMER	Banca dati VIMER: inserimento controlli effettuati	% 100%	100%	100%
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Risoluzione contenziosi	n. annullamenti giudiziali definitivi di ordinanze adottate nel triennio n-1:n-3 / ordinanze adottate nel triennio n-1:n-3	n. 0,00%	0,25%	100%

<b>Area strategica</b>	Regolare e tutelare il mercato				
<b>Attività/Servizio</b>	Tutela del consumatore				<b>Performance</b>
<b>Descrizione</b>	La Camera di Commercio di Prato, nell'ambito delle più generali funzioni di "Regolazione del Mercato", ha attivato una serie di servizi dedicati ai consumatori, volti a favorire l'ottimizzazione delle scelte di consumo attraverso una maggiore e più completa conoscenza dei diritti e delle opportunità in ogni fase del processo di acquisto. Numerosi sono infatti gli strumenti informativi che l'Ente mette a disposizione del consumatore.				
	<b>Customer satisfaction del servizio</b>	risultato della indagine condotta nel 2013	voto medio	7,47	
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Manuali del consumatore	numero nuove edizioni <b>Manuali del consumatore</b> pubblicati	n. 6	6	100%
	Guide al consumatore	n. <b>Guide al consumatore</b> e <b>Lo sapavate che</b> inseriti e/o aggiornati on line	n. 379	250	100%
	Contatti Sportello consumatore	n. contatti <b>Sportello consumatore</b>	n. 35	35	100%
	Sportello condominio	n. consulenze <b>Sportello Condominio</b>	n. 33	50	66%
	Livello di informazione CSR	n. iscritti alla mailing list dello sportello CSR on-line	n. 381	260	100%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n. 0,7	1,0	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Informazione e aggiornamenti	<b>Sportello Consumatore:</b> n. totale iscritti alla newsletter	n. 355	300	100%
	Consulente sportello condominio	Sportello Condominio: periodicità presenza consulente al mese	n. 1,08	2	54%
	Iniziative CSR	n. iniziative (seminari) sulla CSR	n. 4	2	100%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Ottimizzazione tempi	Sportello Consumatori: tempo medio rilascio informazioni allo sportello	gg 1	1	100%
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Grado di utilizzo del sito internet	n.accessi alla sezione "Servizi al consumatore" del sito internet	n. 18.415	19.500	94%

Area strategica Conoscere il sistema socio - economico locale

**Progetto Integrato di Sviluppo Prato**

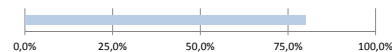
Programma

Centro di Responsabilità Segretario Generale e Dirigente Relazione Esterne (rettifica rispetto a scheda a preventivo)

Budget euro 238.448,94 (budget aggiornato)

Indicatore di avanzamento

Indicatore	Formula	Stato 2014	Target triennio
Iniziativa	n. iniziative ad hoc realizzate	8	10



Obiettivo **Obiettivo: stimolare la crescita e lo sviluppo economico del territorio con azioni plurisettoriali**

Descrizione

La collaborazione della Camera di Commercio di Prato con la Regione Toscana che ha promosso il "Progetto Prato" è sempre stata intensa fin da quando l'iniziativa ha preso forma, con la finalità di creare un pacchetto di interventi coordinati tra di loro per il rilancio del territorio. In particolare nel 2013 la collaborazione si è concretizzata con l'approvazione di tre progetti, promossi dalla Camera di Commercio insieme alle associazioni di categoria. I progetti, avviati nel 2013, si protrarranno per buona parte del 2014, quando verranno conclusi con la presentazione ufficiale dei risultati raggiunti. Si tratta di:

1) **Progetto di filiera**: per assicurare che non si perdano anelli produttivi fondamentali per garantire la realizzazione del prodotto finito, la Camera di Commercio ha avviato una iniziativa di mappatura della filiera tessile del distretto, realizzata in collaborazione con le associazioni di categoria e cofinanziata dalla Regione Toscana nell'ambito del "Progetto Prato". Il lavoro di indagine ha finalità non solo conoscitive, ma anche strumentali alla costruzione di politiche adeguate al rilancio del distretto

2) **Welfare di distretto**: il progetto ha l'obiettivo di agire sulla compressione del cuneo fiscale, cioè sulla differenza tra l'onere del costo del lavoro e il reddito effettivo percepito dal lavoratore dipendente, in una logica di "welfare integrativo distrettuale. Con questa finalità verrà realizzato uno studio e una analisi di fattibilità per evidenziare le modalità di funzionamento operativo dell'iniziativa e i possibili risvolti positivi per il sistema delle imprese

3) **Approccio a nuovi mercati**: il progetto ha la finalità di promuovere strumenti di internazionalizzazione a misura di micro imprese artigiane, che potrebbero essere interessanti per i mercati stranieri, ma che non hanno gli strumenti per stringere contatti autonomamente.

4) **Efficienza energetica**: con lo scopo di stimolare le imprese del territorio a mettere in campo iniziative per favorire l'efficienza energetica.

5) **Vivibilità del territorio**: al fine di rivitalizzare zone della città che presentano ampia disponibilità di spazi ,anche ad uso ex artigianale, che potrebbero essere riconvertiti a nuove funzioni.

Fasi

Fase	2014	2015	2016
Realizzazione di un'indagine sulle rifinizioni	▶		
Realizzazione di iniziative specifiche ad hoc	▶	▶	
Realizzazione del progetto "Welfare di distretto"	▶		
Realizzazione del progetto "Approccio ai nuovi mercati"	▶		
Realizzazione del progetto "Efficienza energetica"	▶		
Realizzazione del progetto "Vivibilità del Territorio"	▶		

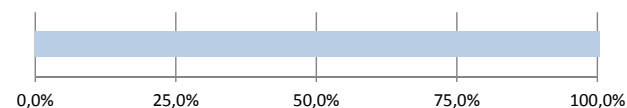
Indicatori

Tipologia	Indicatore	Formula	UDM	Stato 2014	Target 2014	Target 2015	Target 2016	Performance	Fonte del dato
Realizzazione fisica	Realizzazione del progetto	N.ro linee di intervento attivate	n.	7	6	n.d.	n.d.	100%	Cartella di file "Linee di intervento attivate"
Realizzazione fisica	Imprese coinvolte	N.ro di imprese coinvolte	n.	264	250	n.d.	n.d.	100%	Cartella di file "Imprese coinvolte"
Realizzazione fisica	Collaborazione con associazioni del territorio	N.ro tavoli di coordinamento con AACC	n.	14	10	n.d.	n.d.	100%	Documentazione cartacea disponibile presso gli uffici
Output	Iniziativa di condivisione/comunicazione	N.ro iniziative ad hoc realizzate	n.	8	10	n.d.	n.d.	80%	Cartella di file "Iniziativa realizzate"
Output	Produzione di studi	N.ro di elaborati prodotti	n.	4	6	n.d.	n.d.	66,67%	Cartella di file "Elaborati prodotti"
Realizzazione finanziaria dell'intero progetto	Grado di utilizzazione risorse a budget	Risorse utilizzate/Risorse a budget	%	96%	70%	n.d.	n.d.	100%	File "Mastro 8 2014"

Stakeholder Imprese, Consumatori, Cittadini e loro Associazioni

<b>Area strategica</b>	Sostenere le imprese nella competizione		
<b>Programma</b>	Fashion Valley		
<b>Centro di Responsabilità</b>	Segretario Generale - Dirigente Relazioni Esterne		
<b>Budget</b>	euro 114.311,60 (budget aggiornato)		

Indicatore di avanzamento	Indicatore	Formula	Stato 2014	Target triennio
	Grado di diffusione dell'applicazione WEB	n. soggetti che utilizzano l'applicazione WEB	204	180



**Obiettivo** Promuovere la filiera produttiva presente sul territorio - costruire nuove relazioni di filiera all'interno del distretto, rafforzare quelle esistenti, offrire nuove opportunità che possono derivare dalla promozione del territorio come di un centro di produzione integrato della moda.

**Descrizione** Nel corso del 2014 si conferma l'impegno della Camera nella promozione e nel rafforzamento della Fashion Valley, la piattaforma innovativa per il distretto della moda, alla quale è collegato anche un network di aziende che sono pronte a farsi conoscere all'esterno. Questa iniziativa sarà arricchita e integrata anche con il progetto "CREATE", il progetto europeo per la promozione del distretto creativo che nel 2012 la Camera di Commercio di Prato si è aggiudicata insieme a Toscana Promozione.

Fasi	Fase	2014	2015	2016
	Campagna informativa di promozione del progetto	[Timeline bar spanning 2014, 2015, and 2016]		
	Diffusione applicazione WEB nella provincia e avvio a regime del progetto	[Timeline bar spanning 2014, 2015, and 2016]		

Indicatori	Tipologia	Indicatore	Formula	UDM	Target			Performance	Fonte del dato	
					Stato 2014	Target 2014	Target 2015			
	Realizzazione fisica	Livello coinvolgimento delle imprese	n. imprese coinvolte	n.	54	60	70	80	90%	File: "Elenco domande adesione"
	Output	Grado di diffusione dell'applicazione WEB	n. soggetti che utilizzano l'applicazione WEB	n.	204	120	150	180	100%	File: "Elenco domande adesione" e File "Elenco designer"
	Realizzazione fisica	Promozione del Programma	n. incontri di promozione e/o formazione realizzati per le imprese	n.	5	4	4	4	100%	File "Eventi fashion Valley"
	Realizzazione finanziaria	Grado di utilizzazione risorse a budget	Risorse utilizzate / Risorse a budget	%	77%	70%	70%	70%	100%	File "Mastro 8 2014"

**Stakeholder** Imprese, Consumatori, Cittadini e loro Associazioni

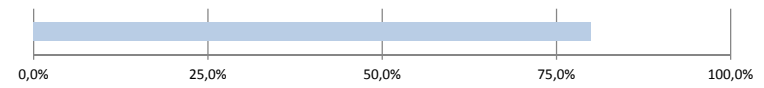
**Area strategica** Destinazione Prato

**Programma** La sede camerale: uno spazio aperto per la città

**Centro di Responsabilità** Segretario Generale - Dirigente Relazioni Esterne

**Budget** euro 4.500. (Budget aggiornato - voce specifica del Piano di comunicazione relativa all'Auditorium)

Indicatore di avanzamento	Indicatore	Formula	Stato 2014	Target triennio
	Grado di realizzazione eventi	n. eventi realizzati e/o ospitati nella nuova sede	96	120



**Obiettivo** Obiettivo: aumentare l'attrattività del territorio


**Descrizione** In seguito al trasloco all'interno della nuova sede camerale, l'Ente ha avviato un lavoro di promozione e di lancio dello spazio come di un luogo aperto alla città, dinamico e polifunzionale, in grado di ospitare iniziative di diverso genere. Nel corso del 2014 questa attività verrà portata avanti con impegno, sia per cercare di far conoscere Prato e l'auditorium della Camera all'esterno che per attrarre nuove iniziative sul territorio



Indicatori	Tipologia	Indicatore	Formula	UDM					Performance	Fonte del dato	
					Stato 2014	Target 2014	Target 2015	Target 2016			
	Realizzazione fisica	Grado di realizzazione eventi	eventi realizzati/eventi programmati	%	100%	100%	100%	100%	100%		File "Eventi sede 2014"
	Output	Eventi Spazi camerali	n. eventi realizzati e/o ospitati nella nuova sede	n.	96	40	40	40	100%		File "Eventi sede 2014"
	Output	Eventi Auditorium	n. eventi realizzati e/o ospitati nell'auditorium	n.	43	20	20	20	100%		File "Eventi sede 2014"
	Realizzazione finanziaria	Grado di utilizzazione risorse a budget	Risorse utilizzate / Risorse a budget	%	73%	70%	70%	70%	100%		File Mastro 8 2014
	Realizzazione finanziaria	Grado di <i>auto finanziamento</i> dell'auditorium	Risorse ricavate dall'utilizzo dell'auditorium per iniziative di terzi/Spese per il funzionamento dell'auditorium	%	69%	50%	70%	80%	100%		File "Costi auditorium 1 e 2" e "Ricavi auditorium"

**Stakeholder** Imprese, Consumatori, Cittadini e loro Associazioni



<b>Area strategica</b>	Destinazione Prato				
<b>Attività/Servizio</b>	Promozione del territorio in Italia				<b>Performance</b>
<b>Descrizione</b>	<p>La Camera di Commercio svolge molteplici attività volte a promuovere lo sviluppo locale e quindi finalizzate ad accrescere l'attrattività del territorio provinciale e a valorizzare i principali settori dell'economia locale. L'Ente ricopre un ruolo di primo piano nella realizzazione di interventi di promozione e per la qualificazione del sistema produttivo, anche mediante un concreto supporto all'introduzione di nuove tecnologie.</p> <p><i>L'indicatore contenente il valore delle spese del personale sarà valorizzato successivamente all'approvazione del bilancio di esercizio 2013.</i></p>				
	Customer satisfaction del servizio	risultato della indagine condotta nel 2013	voto medio	7,69	
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Partecipazione delle imprese	n. partecipanti a manifestazioni fieristiche	n. 30	27	100%
	Fiere	n. fiere alle quali partecipiamo	n. 3	3	100%
	Iniziative (organizzate e finanziate)	n. attività di promozione organizzate e/o finanziate	n. 21	17	100%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n. 1	1,3	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	capacità di coinvolgimento	n. medio imprenditori che partecipano alle iniziative organizzate dalla Camera	n. 18	14	100%
	rotazione imprese partecipanti	% imprese che si ricandidano l'anno successivo	% 72%	60%	100%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Costo totale del servizio	costo totale dell'attività di promozione in Italia	€ 483.088,22	475.500	100%
	Risorse destinate a iniziative a supporto della promozione in Italia per ogni euro di spesa sostenuto dalla Camera	(€ iniziative interne + € trasferiti a soggetti esterni) / Spese per il personale FTE	€ 3,5	n.d.	N.D.
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Customer satisfaction rilevata sui partecipanti alle iniziative	n. utenti soddisfatti/tot. utenti rispondenti	% 100%	100%	100%
	Customer satisfaction rilevata sui partecipanti alle iniziative	giudizio medio di soddisfazione	n. buono	buono	100%

#### Fonte del

File "RtP", "Partecipanti SOL" e "Partecipanti Vinality"

File "RtP", "Partecipanti SOL" e "Partecipanti Vinality"

File "DD Settore Sviluppo Imprese e Territorio"

File "Personale in FTE"

File"Partecipanti SOL" "Partecipanti Vinality" "Domande presentate Oleum nostrum"

File"Partecipanti SOL" "Partecipanti Vinality" "Domande presentate Oleum nostrum"

File "Mastro 8"

File "Mastro 8" e cartella di file "Spese per il personale"

File "Schede valutazione 2014"

File "Schede valutazione 2014"

100%

<b>Area strategica</b>	<b>Sostenere le imprese nella competizione</b>					
<b>Indicatore di livello</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Scenario triennio</b>	
	<b>Valore aggiunto creato per impresa attiva</b>	Valore aggiunto globale lordo su imprese attive	€	250	240 - 260	
<b>Descrizione scenario atteso nel triennio</b>	Mantenimento del livello di ricchezza distribuita (Valore Aggiunto Globale) per singola impresa attiva con possibilità di leggera oscillazione in considerazione delle variazioni nelle entrate da diritto annuale essendo questo legato al valore del fatturato e quindi dell'andamento congiunturale. I dati di bilancio definitivi saranno disponibili soltanto dopo l'approvazione del consuntivo 2013					
<b>Indicatori</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Scenario triennio</b>	<b>Performance</b>
	Interventi economici per impresa attiva	totale risorse per interventi economici / n. imprese attive (escluse u.l.)	€	65	65,00	<b>100%</b>
	Andamento imprese finanziate	n. imprese finanziate/n. imprese attive	%	0,9%	0,5%	<b>100%</b>
	Disciplinari per l'erogazione di contributi	Risorse erogate sulla base dei disciplinari / Risorse erogate per interventi economici	%	33%	20% - 25%	<b>100%</b>
<b>Enti</b>	<b>Associazioni di categoria, enti ed organismi del sistema camerale, Ministero dello Sviluppo Economico</b>					

Area strategica Prato città degli imprenditori

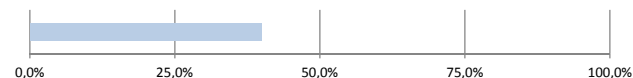
Programma **Consolidamento tessuto territoriale: Nuova Imprenditoria e Comitato Impresa Sociale**

Centro di Responsabilità Dirigente Settore Sviluppo delle imprese e territorio

Budget euro 62.000 (budget aggiornato)

Indicatore di avanzamento

Indicatore	Formula	Stato 2014	Target triennio
Soggetti coinvolti	n. soggetti coinvolti nelle iniziative realizzate	20	50



Obiettivo **Obiettivo: Favorire la nascita di nuove imprese - Stimolare l'imprenditoria femminile e la presenza femminile in ruoli apicali**

Descrizione

La Camera proseguirà nel proprio impegno a favore dell'imprenditoria femminile, attraverso – tra l'altro – le attività del Comitato per l'Imprenditoria Femminile. Per quanto concerne la nuova imprenditoria, la Camera valuterà l'eventuale riproposizione del bando sulle nuove attività, avviato nel 2013 e per il quale al termine verrà effettuata una valutazione in ordine alle ricadute sul territorio.

Proseguirà inoltre:

- la gestione del Fondo Sviluppo Nuove Imprese, attraverso il monitoraggio e la verifica in itinere delle società partecipate.
- l'attività del Fondo Santo Stefano, iniziativa di microcredito imprenditoriale alla quale la Camera ha aderito sin dall'avvio delle attività, avvenute nel 2012.

La Camera supporterà altresì le attività del Comitato Imprenditoria Sociale e Microcredito, recentemente costituito, con lo scopo di supportare le iniziative afferenti il mondo dell'imprenditoria sociale.

Fasi





Indicatori


Tipologia	Indicatore	Formula	UDM	Stato 2014	Target 2014	Target 2015	Target 2016	Performance	Fonte del dato
Output	Soggetti coinvolti	n. soggetti coinvolti nelle iniziative realizzate	n.	20	15	15	20	100%	File: "Premio margherita bandini Datini", "Giro d'Italia donne" e "Bando Boot camp"
Realizzazione fisica	Iniziativa Comitato Imprenditoria Sociale e Microcredito	n. iniziative ad hoc realizzate	n.	0	1	1	1	0%	Fonte non disponibile: il dato è pari a zero
Realizzazione fisica	Iniziativa Comitato Imprenditoria Femminile	n. iniziative ad hoc realizzate	n.	2	1	1	1	100%	File: "Premio margherita bandini Datini", "Giro d'Italia donne"
Realizzazione fisica	Imprese partecipate	n. imprese innovative partecipate dalla Camera di Commercio	n.	5	4	4	4%	100%	File "Nota integrativa 2014"
Realizzazione finanziaria dell'intero progetto	Grado di utilizzazione risorse a budget	Risorse utilizzate/Risorse a budget	%	88%	70%	n.d.	n.d.	100%	File "Mastro 8 2014"


Stakeholder

Imprese, Consumatori, Cittadini e loro Associazioni

<b>Area strategica</b>	<b>Prato città degli imprenditori</b>					
<b>Attività/Servizio</b>	<b>Bandi per contributi alle imprese</b>				<b>Performance</b>	
<b>Descrizione</b>	<p>La Camera di Commercio si impegna a sostenere il sistema produttivo anche attraverso l'erogazione di contributi alle imprese sulla base di disciplinari che vengono rinnovati di anno in anno. A seguito dell'approvazione della Relazione Previsionale e Programmatica per il 2014 sono stati approvati i nuovi disciplinari per il 2014. Nello specifico è stato deciso di finanziare: il bando per la concessione di contributi per iniziative di formazione del personale; il bando per l'introduzione di sistemi di certificazione aziendale; il bando per la concessione di contributi ad aggregazioni di imprese per la realizzazione di iniziative di promozione sui mercati esteri; il bando per la concessione di contributi per la partecipazione di imprese singole a mostre e fiere in Italia e all'estero; il bando per la realizzazione di check up energetici ed il bando start up imprese innovative.</p>					
	<b>Customer satisfaction del servizio</b>	risultato della indagine condotta nel 2013	voto medio	7,69		
<b>Quantità</b>	<b>Bandi</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Bando Formazione	Budget	n.	100.000	100.000	100%
	Bando Certificazione	Budget	n.	80.000	80.000	100%
	Bando Export	Budget	n.	80.000	80.000	100%
	Bando Fiere	Budget	n.	210.000	210.000	100%
	Bando Start Up	Budget	n.	50.000	50.000	100%
	Bando Check up energetici	Budget	n.	130.000	30.000	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Informazioni rilasciate	n. informazioni rilasciate	n.	1.510	1.500	100%
	Attrattività bandi camerali	n. domande presentate per i bandi promossi dalla Camera	n.	484	350	100%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n.	1,8	1,2	51,67%
	Comunicazione e informazione sui bandi camerali	n. comunicati emessi nel corso dell'anno	n.	5	4	100%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Produttività	n. domande presentate / ore di personale FTE imputato al servizio	n.	0,14	0,19	74,73%
	Tempo medio di erogazione dei contributi	tempi medi tra rendicontazione ed erogazione (Tempo standard)	gg.	40	40	99,55%
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Indice di saturazione disponibilità finanziarie	Ammontare risorse utilizzate (prenotate) anno N/ammontare risorse destinate anno N	%	94%	80%	100%
	Grado di utilizzo del sito internet	n.accessi al sito internet-sostegni alle imprese	n.	57.490	50.000	100%

<b>Area strategica</b>	<b>Garantire la salute dell'Ente Camerale</b>					
<b>Attività/Servizio</b>	<b>Diritto Annuale</b>					<b>Performance</b>
<b>Descrizione</b>	Il diritto annuale è il tributo che ogni impresa iscritta al Registro Imprese è tenuta a versare alla Camera di Commercio di competenza territoriale. L'ufficio svolge l'attività di informazione all'utenza sulle modalità e termini di versamento. Gli sono anche riconosciute le funzioni di accertamento e irrogazione delle sanzioni in caso di violazioni.					
	<b>Customer satisfaction del servizio</b>	risultato della indagine condotta nel 2013	voto medio	8,09		
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Rilevanza diritto annuale	n. soggetti tenuti a pagare il diritto annuale	n.	36.792	36.300	100%
	Emissione ruolo DA	n. posizioni ruolo diritto annuale emessi nell'anno	n.	9.719	9.000	100%
	Lotta all'evasione del DA	n. ravvedimenti riscossi	n.	1.874	1.700	100%
	Lotta all'evasione del DA	n. insinuazioni fallimentari	n.	149	120	100%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n.	2,76	2,90	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Accessibilità fisica servizio	n. ore settimanali apertura sportello DA	h.	22:20	22:20	100%
	Affidabilità del servizio	n. ricorsi emissione ruolo DA	n.	0	1	100%
	Comunicazione e informazione sul diritto annuale	n. aggiornamenti della sezione "diritto annuale" del sito camerale	n.	6	5	100%
	Multiculturalità del servizio	n. lingue in cui sono disponibili le informazioni all'utenza	n.	3	2	100%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Produttività	n. soggetti passivi di imposta DA /personale FTE imputato al servizio	n.	13.330	12.100	100%
	Sgravi in autotutela	n. sgravi in autotutela*	n.	21	25	100%
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Livello di riscossione	gettito DA riscosso / gettito DA accertato	%	72%	75%	95,39%
	Accessi sezione del sito	n. accessi alla pagina sezione "diritto annuale"	n.	104.588	80.000	100%

<b>Area strategica</b>	<b>Garantire la salute dell'Ente Camerale</b>					
<b>Attività/Servizio</b>	<b>Gestione della contabilità</b>					<b>Performance</b>
<b>Descrizione</b>	<p>L'ufficio Ragioneria si occupa del coordinamento e della gestione dell'attività finanziaria e contabile della Camera di Commercio. Le fasi principali di tale attività possono essere sintetizzate come segue:</p> <p>1) attività di programmazione e previsione;  2) attività di gestione del bilancio;  3) attività di rendicontazione.</p>					
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Pagamenti e incassi	n. mandati di pagamento + n. reversali di incasso emesse	n.	2.556	2.650	96%
	Fatture fornitori	n. fatture fornitori ricevute	n.	931	900	100%
	Certificazioni fiscali	n. certificazioni fiscali inviate	n.	397	400	99%
	Adempimenti dichiarativi fiscali	n. dichiarazioni inviate	n.	26	30	87%
	Variazioni di bilancio	n. variazioni di bilancio	n.	117	250	47%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n.	2,2	3,0	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Tempestività della riscossione	tempo medio tra riscossione ed emissione reversale	gg.	48	60	100%
	Tempestività del pagamento	tempo medio pagamento fatture	gg.	25	25	100%
	Tempestività del servizio	tempo medio controllo regolarità contabile atti e ordinativi	gg.	2	3	100%
	Aggiornamento professionale	n. ore formazione + n. ore consultazione delle pubblicazioni fiscali e contabili	hh	203	150	100%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Produttività	(n. reversali + n. mandati)FTE imputato al servizio	n.	1.183	883	100%
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>
	Tempestività del pagamento	% fatture pagate entro il termine di 30 gg	%	94%	74%	100%
	Rispetto delle scadenze	% adempimenti nei termini/n. totale adempimenti	%	100%	100%	100%

<b>Area strategica</b>	<b>Garantire la salute dell'Ente Camerale</b>					
<b>Attività/Servizio</b>	<b>Comunicazione</b>				<b>Performance</b>	
<b>Descrizione</b>	L'Ufficio comunicazione cura la comunicazione istituzionale e di servizio; cura le relazioni esterne dell'Ente; presidia i diversi strumenti di comunicazione interna ed esterna attraverso numerosi canali di informazione. Realizza pubblicazioni monotematiche ed organizza eventi di promozione delle iniziative camerale.					
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>		
	comunicati stampa	n. comunicati stampa	n.	85	90	94%
	informazione istituzionale	n. edizioni notiziario	n.	4	4	100%
	comunità virtuale - newsletter	n. edizioni newsletter	n.	15	10	100%
	comunità virtuale - facebook	n. contatti facebook	n.	752	350	100%
	comunità virtuale - twitter	n. contatti twitter	n.	1155	350	100%
	comunicazione audiovisiva su web	n. trasmissioni youtube	n.	24	20	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>	
	accessibilità virtuale	n. comunicati stampa on-line / n. totale comunicati stampa	%	100%	100%	100%
	multicanalità del servizio	n. strumenti di comunicazione utilizzati	n.	7	7	100%
	accessibilità virtuale su sito	n. eventi pubblicati su sito / n. eventi organizzati	%	100%	100%	100%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>	
	capacità di approfondimento della comunicazione	n. pubblicazioni monotematiche realizzate	n.	4	4	100%
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2014</b>	<b>Target 2014</b>	<b>Performance</b>	
	livello di efficacia	n. articoli in rassegna stampa in cui si parla della Camera di Commercio di Prato	n.	788	700	100%
	livello di efficacia dell'informazione telematica	n. iscritti alla newsletter "Obiettivo Impresa"	n.	1.720	1.900	91%
	estensione dell'informazione istituzionale cartacea su richiesta	n. abbonati al notiziario	n.	1.608	1.600	100%

#### Fonte del dato

File: Comunicati stampa 2014

File: Notiziario camerale 2014

File: Edizioni newsletter 2014

File: Contatti facebook 2014

File contatti twitter 2014

<https://www.youtube.com/user/camcomPrato?hl=it&gl=IT>

File: Comunicati stampa 2014

app, twitter, facebook, notiziario, newsletter, you tube, instantgram


File "Eventi 2014" e sito internet [www.po.camcom.it](http://www.po.camcom.it)

Catalogo Workshop Filati (cartaceo) ; E-book Giornata dell'Economia (pubblicato sul sito); book tendenze touch the fabric edizione primavera e

File "Si parla di noi"

File "Iscritti newsletter"

File "Iscritti notiziario 2014"

Condizioni		Personale				Performance
		La formazione, l'innovazione organizzativa e tecnologica e l'utilizzo degli strumenti informatici rappresentano oggi le leve per aumentare il livello di produttività, razionalizzare le attività degli uffici e ottimizzare le prestazioni delle risorse umane per realizzare lo sviluppo dei servizi anche attraverso una "moderna" e "competitiva" gestione del personale. Centrali gli investimenti sul capitale umano, da realizzarsi con percorsi formativi mirati in grado di rispondere alle nuove esigenze e contribuire all'evoluzione dell'organizzazione, in primo luogo valorizzando le capacità di coordinamento e di integrazione tra funzioni e strutture diverse e il lavoro per progetti.				
Quantità	Indicatore	Formula		Stato 2014	Target 2014	Performance
	% dirigenti	n. dirigenti/tot. Personale (comprese forme flessibili)	%	4,5%	4,5%	99%
	Turnover in entrata (ruolo)	n. nuovi dipendenti/tot.personale	%	1,5%	1,5%	100%
	Turnover in uscita (ruolo)	n. dipendenti in uscita/tot.personale	%	1,5%	1,0%	46%
	Incidenza retribuzione variabile	retribuzione variabile/totale retribuzioni	%	24,5%	31,7%	77%
	Differenziazione della produttività	% personale che si colloca nella fascia superiore al 90%	%	14%	75%	18,67%
	Dimensionamento del personale	copertura della dotazione organica	n.	82%	83%	99%
	Età media del personale	somma età / n. dipendenti ruolo e dirigenza	n.	47	47	100%
	Anzianità media di servizio del personale	somma anzianità/n. dipendenti	n.	17	17	100%
	Incidenza dipendenti laureati	dipendenti laureati/tot.dipendenti (dirigenti+t.indeterminato)	%	40%	40%	100%
Efficienza	Indicatore	Formula		Stato 2014	Target 2014	Performance
	Buoni Pasto	n. buoni pasto distribuiti	n.	7.662	8.200	93%
	Gestione Previdenziale	n. modelli previdenziali compilati	n.	13	16	81%
	Procedure concorsuali	n. procedure concorsuali pubbliche esperite	n.	1	1	100%
Qualità	Indicatore	Formula		Stato 2014	Target 2014	Performance
	Grado di informatizzazione della gestione del personale	n. attività gestite in modalità informatizzata	n.	6	5	100%

### Fonte del dato

- File: "Quantità"
- File: "Quantità"
- File: "Quantità"
- File: Numeratore "Conto 321013 da Oracle" e "Conto 321014 da Oracle"  
Denominatore "Bilancio consuntivo"
- File "Fasce"
- File: "Quantità" e "Dotazione organica"
- File: "Quantità"
- File: "Quantità"
- File: "Quantità"
- File "Efficienza"
- File "Efficienza"
- File "Efficienza"
- File "Intranet personale" "Sipert" "Gestioni informatizzate"

1114%  
**85,73%**



### Stato di Salute Organizzativa


Performance

#### Condizioni

La Camera di Commercio pone in essere costantemente iniziative finalizzate al miglioramento del benessere organizzativo e all'accrescimento della professionalità del proprio personale dipendente e della dirigenza. Tra queste particolare rilevanza assumono le politiche di formazione del personale le indagini di clima interno, il mantenimento di ambienti di lavoro confortevoli e le politiche di pari opportunità.



Formazione	Indicatore	Formula		Stato 2014	Target 2014	Performance
	Spese di formazione per dipendente	spese di formazione/tot.dipendenti(dirigenti+t.indeterminato)	€	202	300	67%
	Formazione del personale	n. partecipanti effettivi all'evento formativi / n. destinatari dell'intervento (come da DSG)	%	87%	75%	100%
	Soddisfazione	Livello medio di soddisfazione per interventi formativi	n.	5	4	100%
	Grado di aggiornamento del personale	n. dipendenti che hanno partecipato ad almeno un corso di formazione / totale dipendenti	%	98%	90%	100%
Benessere organizzativo	Indicatore	Formula		Stato 2014	Target 2014	Performance
	Assenteismo malattie brevi	assenza malattie / tot. Dipendenti di ruolo (esclusa dirigenza)	gg	3	7,3	100%
	Qualità dei luoghi di lavoro	n. di infortuni sul luogo di lavoro	n.	0	0	100%
	Comunicazione interna	n. comunicazione di servizio	n.	6	10	60%
Pari opportunità	Indicatore	Formula		Stato 2014	Target 2014	Performance
	Distribuzione del personale dirigente per genere	n. dirigenti donna/tot. Dirigenti	%	75%	75%	100%
	Distribuzione del personale dipendente per genere	n. dipendenti donna/tot. Personale di ruolo	%	65%	66%	98%
	Indagine di clima interno	realizzazione di indagini di clima interno	n.	1	1	100%
	Indagine su presenza di genere	realizzazione di indagini sulla presenza di genere all'interno degli organi delle partecipate	n.	1	1	100%
	Comitato Unico di Garanzia	N.ro riunioni CUG	n.	4	4	100%
ICT	Indicatore	Formula		Stato 2014	Target 2014	Performance
	Investimento nell'informatica	spesa informatica/tot.dipendenti(ruolo+dirigenza)	€	3.180	9.800	32%

Stato di Salute Relazionale						Performance
<b>Descrizione</b>	Lo stato di salute delle relazioni con gli interlocutori dell'Ente Camerale è una delle condizioni imprescindibili per la realizzazione della mission e per il conseguimento degli obiettivi. In particolare, la Camera di Commercio contribuisce in modo attivo alla valorizzazione delle limitate risorse presenti sul territorio, mediante il coinvolgimento delle istituzioni locali, delle categorie economiche e degli altri soggetti pubblici e privati. Il coinvolgimento avviene sia nella fase decisionale che nei successivi momenti di comunicazione all'esterno dei risultati raggiunti. La trasparenza è uno dei principali valori di riferimento dell'attività dell'ente; risale al 2005 la prima esperienza di Bilancio sociale che è stata ripetuta con cadenza biennale e ha ampliato e consolidato i momenti di confronto con i portatori di interesse. Dal 2012 la Rendicontazione Sociale è stata sostituita dalla Relazione sulla Performance presentata in occasione della prima Giornata della Trasparenza che si svolge ogni anno nel mese di luglio.					
Relazioni	Indicatore	Formula		Stato 2014	Target 2014	Performance
	Coinvolgimento degli stakeholder	n. soggetti formalmente coinvolti nelle fasi di programmazione/rendicontazione attività dell'ente	n.	54	30	100%
	Partecipazioni a tavoli	n. dei tavoli a cui si partecipa	n.	22	18	100%
	Partecipazioni societarie	n. delle partecipazioni societarie	n.	30	25	100%
	Partnership su progetti	n. partnership su progetti	n.	38	21	100%
	Networking nel sistema camerale	n. iniziative e programmi trasversali a più Enti Camerali	n.	13	8	100%
Trasparenza	Indicatore	Formula		Stato 2014	Target 2014	Performance
	Piano di comunicazione	N.di atti ufficiali per l'adozione del Piano di Comunicazione	n.	1	1	100%
	Procedimenti amministrativi	Aggiornamenti annuali delle informazioni inerenti i procedimenti amministrativi	n.	2	1	100%
	Giornata della Trasparenza	Realizzazione della giornata della Trasparenza	n.	1	1	100%
	Grado di utilizzo del sito internet	Accessi alla sezione "Amministrazione Trasparente"	n.	30.062	75.000	40%
Anticorruzione	Indicatore	Formula		Stato 2014	Target 2014	Performance
	Piano anti corruzione	N.di atti ufficiali per l'aggiornamento del Piano di Prevenzione della Corruzione	n.	1	1	100%
	Formazione	Ore di formazione complessivamente erogate in tema di prevenzione della corruzione	h.	24:50:00	8:00	100%
	Livello di partecipazione	Livello di partecipazione effettiva del personale all'intervento formativo	%	87%	80%	100%
	Monitoraggio dei rapporti	Individuazione dei rapporti aventi maggior valore economico	%	16%	10%	100%
	Codice di comportamento	Adozione di un codice di comportamento	entro	24/06/2014	6 mesi dall'adozione del Piano	100%
Fornitori	Indicatore	Formula		Stato 2014	Target 2014	Performance
	Livello di outsourcing	n. servizi in outsourcing	n.	0	0	100%
	Rapporti negoziali	n. del fornitori	n.	404	300	100%
	Regolarità delle relazioni	n.ricorsi e contenzioni/tot.fornitori	%	0%	1%	100%
Imprese	Indicatore	Formula		Stato 2014	Target 2014	Performance
	Livello di interazione con il territorio	n. eventi svolti nel territorio	n.	139	65	100%
	Visibilità	n. eventi patrocinati	n.	35	5	100%
	Customer care	n. servizi sottoposti a indagini di customer satisfaction/tot.servizi	%	100%	100%	100%
<b>Elenco dei principali portatori di interesse</b>	<b>Imprese, Consumatori, Liberi Professionisti, Associazioni di Categoria, Ordini Professionali, Pubblica Amministrazione, Organismi e società partecipati</b>					

## Stato di Salute Finanziaria

Performance

**Condizioni** La Camera di Commercio ha concluso nel 2013 la realizzazione della nuova sede camerale, investimento strategico per il territorio che ha determinato un diverso assetto finanziario dell'ente. Obiettivo primario è stato comunque quello di assicurare l'equilibrio economico/finanziario, salvaguardando altresì la solidità del proprio patrimonio immobiliare e delle partecipazioni societarie. L'azione dell'ente proseguirà quindi sulle due direttrici di mantenimento del livello complessivo delle entrate e di contenimento dei costi di funzionamento.



Equilibrio economico	Indicatore	Formula		Stato 2014	Target 2014	Performance
	Solidità finanziaria	patrimonio netto/passivo totale	%	6,19	7,00	88%
	Valore aggiunto dalla Camera	Valore aggiunto Globale Lordo	€	7.233.679,13	7.000.000	100%
	Livello trasformazione ricavi in valore aggiunto	Valore aggiunto globale distribuito al sistema economico produttivo	%	174%	71%	100%
Proventi	Indicatore	Formula		Stato 2014	Target 2014	Performance
	Valore della produzione	ricavi da diritto annuale (al netto della svalutazione) +ricavi da diritto di segreteria+contributi trasferiti+proventi da gestione di beni e servizi+variazione delle rimanenze	€	8.282.027	8.730.000	95%
	Proventi finanziari	proventi finanziari/valore della produzione	%	0,53%	0,8%	67%
Costi	Indicatore	Formula		Stato 2014	Target 2014	Performance
	Costi di struttura	costi del personale + costi di funzionamento	€	5.796.479	6.190.000	100%
	Costi di funzionamento servizi-anagrafico certificativi e servizi di regolazione del mercato e tutela del consumatore	Costi di funzionamento (diretti e indiretti) servizi anagrafico-certificativi e servizi di regolazione del mercato e tutela del consumatore	€	499.826	570.000	100%
	Costi di funzionamento servizi di promozione e sviluppo dell'economia	Costi di funzionamento servizi di promozione e sviluppo dell'economia	€	155.003	155.000	100%
Patrimonio	Indicatore	Formula		Stato 2014	Target 2014	Performance
	Valore delle immobilizzazioni materiali	immobilizzazioni materiali	€	27.844.507	28.200.000	99%
	Valore delle immobilizzazioni finanziarie	immobilizzazioni finanziarie	€	7.197.971	8.775.000	82%
	Indice di struttura	immobilizzazioni / patrimonio netto	n.	0,93	1,00	93%
Indebitamento	Indicatore	Formula		Stato 2014	Target 2014	Performance
	Indebitamento	debiti di finanziamento	€	0	0	100%