

Area strategica Sostenere le imprese nella competizione

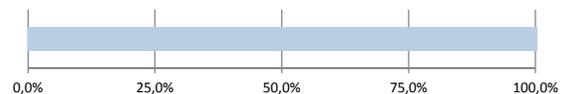
Programma **Fashion Valley**

Centro di Responsabilità Settore Segretario Generale - Dirigente Relazioni Esterne

Budget € 20.000

Indicatore di avanzamento

Indicatore	Formula	Stato 2015	Target triennio
Grado di diffusione dell'applicazione WEB	n. soggetti che utilizzano l'applicazione WEB	259	200



**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** Fashion Valley Industry, la piattaforma innovativa nata per mettere in rete il distretto della moda pratese, proseguirà la sua attività di promozione delle competenze del distretto in ambito moda anche con la costruzione di relazioni positive e di collaborazioni sia tra le imprese del territorio sia con potenziali clienti. Verrà poi dedicata particolare attenzione al tema della formazione e dell'avvicinamento dei ragazzi alle professioni della moda. La Fashion Valley Industry è stata inoltre inserita nel progetto europeo CREATE.

Fasi	Fase	2015	2016	2017
	Campagna informativa di promozione del progetto	▶▶▶	▶▶▶	▶▶▶
	Diffusione applicazione WEB	▶▶▶	▶▶▶	▶▶▶

Indicatori	Tipologia	Indicatore	Formula	UDM	Target			Performance	Fonte del dato	
					Stato 2015	2015	2016			2017
Realizzazione fisica		Livello coinvolgimento delle imprese	n. imprese coinvolte	n.	60	70	80	90	86%	File "domande adesione imprese"
Output		Grado di diffusione dell'applicazione WEB	n. soggetti che utilizzano l'applicazione WEB	n.	259	150	180	200	100%	Dato ricavabile da piattaforma ad accesso riservato
Realizzazione fisica		Promozione del Programma	n. incontri di promozione e/o formazione realizzati per le imprese	n.	6	4	4	4	100%	Cartella di file "Eventi"
Realizzazione fisica		Iniziative di formazione	n. ragazzi sensibilizzati alle professioni della moda	n.	86	50	50	50	100%	File "Studenti Istituto Marangoni" e "Indirizzario scuole"
Realizzazione finanziaria		Grado di utilizzazione risorse a budget	Risorse utilizzate / Risorse a budget	%	127%	80%	80%	80%	100%	Dati di bilancio (preventivo e consuntivo)

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

Area strategica Prato Moda Lab

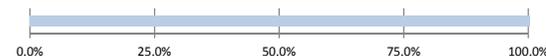
**Programma Progetto Integrato di Sviluppo Prato**

Centro di Responsabilità Dirigente Affari Generali ed Economici / Dirigente Relazione Esterne

Budget Aggiornato € 411.860,00

Indicatore di avanzamento

Indicatore	Formula	Stato 2015	Target triennio
Iniziative	n. iniziative ad hoc realizzate	53	10



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

**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. Ai tre progetti avviati all'inizio del 2014 (Progetto Filiera, Welfare di distretto, Approccio ai nuovi mercati) si è poi aggiunto il Progetto Efficienza Energetica. La collaborazione con la Regione Toscana proseguirà anche nel 2015 con l'attuazione di tre nuovi ulteriori progetti:

5) **Valorizzazione turistica del territorio:** per creare nel territorio pratese una serie di percorsi turistici, anche tematici, di durata giornaliera, articolati in circa 3 o 4 tappe al giorno, rendendo disponibile ai visitatori una sorta di "escursione organizzata".

6) **Integrazione Imprenditoriale:** per sviluppare una serie di attività e di iniziative per stringere connessioni con gli imprenditori stranieri, ma anche per qualificarli e sviluppare la loro capacità di entrare in relazione con gli imprenditori italiani, per la costruzione di relazioni che portino benefici per entrambe le parti.

7) **Promozione del Cardato Recycled:** per stimolare la partecipazione di ulteriori aziende al nuovo marchio Cardato Recycled, che costituisce una evoluzione e un rafforzamento del precedente marchio Cardato Regenerated Co2 Neutral, che ha riscosso un notevole successo, ma che è tramontato con lo svuotamento di contenuti del protocollo di Kyoto.

Il Progetto di Filiera, fin dalla sua origine, è stato ritenuto prioritario, pertanto proseguirà anche nel 2015 sia pure non essendo garantito il finanziamento regionale.

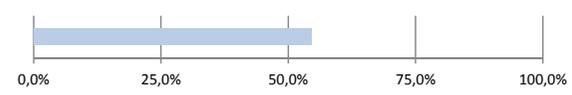
Fasi	Fase	2015	2016	2017
	Realizzazione di indagini su fasi della filiera	▶		
	Realizzazione di iniziative specifiche ad hoc	▶		
	Realizzazione del progetto "Valorizzazione turistica del territorio"	▶		
	Realizzazione del progetto "Integrazione imprenditoriale"	▶		
	Realizzazione del progetto "Promozione Cardato Recycled"	▶		

Indicatori	Tipologia	Indicatore	Formula	UDM	Stato 2015	Target 2015	Target 2016	Target 2017	Performance	Fonte del dato
	Realizzazione fisica	Realizzazione del progetto	N.ro linee di intervento attivate	n.	4	3	n.d.	n.d.	100%	Cartella di file "Linee di intervento"
	Realizzazione fisica	Imprese coinvolte	N.ro di imprese coinvolte	n.	374	250	n.d.	n.d.	100%	Cartella di file "Aziende coinvolte"
	Realizzazione fisica	Collaborazione con associazioni del territorio	N.ro tavoli di coordinamento con AACC	n.	27	9	n.d.	n.d.	100%	Cartella di file "Tavoli"
	Output	Iniziative di condivisione/comunicazione	N.ro iniziative ad hoc realizzate	n.	53	10	n.d.	n.d.	100%	Cartella di file "Iniziative"
	Output	Produzione di studi	N.ro di elaborati prodotti	n.	5	2	n.d.	n.d.	100%	Cartella di file "Elaborati prodotti" + pubblicazione TXT 15/2015
	Realizzazione finanziaria dell'intero progetto	Grado di utilizzazione risorse a budget	Risorse utilizzate/Risorse a budget	%	67%	80%	n.d.	n.d.	84%	Dati di bilancio (preventivo e consuntivo)

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

<b>Area strategica</b>	Destinazione Prato		
<b>Programma</b>	La sede camerale: uno spazio aperto per la città		
<b>Centro di Responsabilità</b>	Settore Segretario Generale - Dirigente Relazioni Esterne		
<b>Budget</b>	€ 10.000 (Piano di comunicazione)		

Indicatore di avanzamento	Indicatore	Formula	Stato 2015	Target triennio
	Grado di realizzazione eventi	n. eventi realizzati e/o ospitati nella nuova sede	131	240



**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 luogo aperto alla città, dinamico e polifunzionale, in grado di ospitare iniziative di diverso genere. Nel 2015 l'impegno per la promozione dello spazio, e quindi di Prato come location di eventi, verrà portato avanti cercando di incrementare il numero di iniziative ospitate.**



Indicatori	Tipologia	Indicatore	Formula	UDM	2015			2016			2017			Performance	Fonte del dato
					Stato 2015	Target 2015	Target 2016	Target 2017	Target 2016	Target 2017	Target 2017	Target 2017			
Realizzazione fisica	Grado di realizzazione eventi	eventi realizzati/eventi programmati	%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	File "eventi"	
Realizzazione fisica	Attrattività eventi realizzati	n. partecipanti ad eventi realizzati presso la sede camerale	n.	16.310	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	100%	100%	File "eventi"	
Output	Eventi Spazi camerali	n. eventi realizzati e/o ospitati nella nuova sede	n.	131	80	80	80	80	80	80	80	100%	100%	File "eventi"	
Output	Eventi Auditorium	n. eventi realizzati e/o ospitati nell'auditorium	n.	60	20	20	20	20	20	20	20	100%	100%	File "eventi"	
Realizzazione finanziaria	Grado di utilizzazione risorse a budget	Risorse utilizzate / Risorse a budget	%	255%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	100%	100%	Dati di bilancio aggiornamento e consuntivo)	
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	%	53%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	100%	100%	Dati di bilancio aggiornamento e consuntivo)	

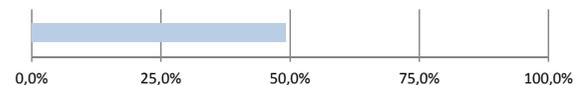
**Stakeholder** **Imprese, Consumatori, Cittadini e loro Associazioni**

<b>Area strategica</b>	<b>Destinazione Prato</b>				
<b>Attività/Servizio</b>	<b>Promozione del territorio in Italia</b>				<b>Performance</b>
<b>Descrizione</b>	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.				
	<b>Customer satisfaction del servizio</b>	risultato della indagine condotta nel 2014	voto medio	7,86	
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Partecipazione delle imprese	n. partecipanti a iniziative organizzate dalla Camera	n. 80	30	100%
	Iniziativa dirette	n. attività di promozione organizzate	n. 6	3	100%
	Iniziativa indirette	n. attività di promozione finanziate	n. 10	8	100%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n. 1,05	1,3	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	capacità di coinvolgimento	n. medio imprenditori che partecipano alle iniziative organizzate dalla Camera	n. 10	10	100%
	rotazione imprese partecipanti	% imprese che si ricandidano l'anno successivo	% 57%	60%	94,4%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Grado di utilizzo delle risorse	Risorse utilizzate / Risorse a budget	€ 94%	80%	100%
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Customer satisfaction rilevata sui partecipanti alle iniziative	n. utenti soddisfatti/tot. utenti rispondenti	% 100%	80%	100%
	Customer satisfaction rilevata sui partecipanti alle iniziative	giudizio medio di soddisfazione	n. buono	buono	100%

<b>Area strategica</b>	<b>Sostenere le imprese nella competizione</b>					
<b>Indicatore di livello</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Dato 2015</b>	<b>Scenario triennio</b>	
	<b>Valore aggiunto creato per impresa attiva</b>	Valore aggiunto globale lordo su imprese attive	€	147	150	
<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>Dato 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.)	€	45	30	<b>100%</b>
	Andamento imprese finanziate	n. imprese finanziate/n. imprese attive	%	0,6%	0,7%	<b>88%</b>
	Disciplinari per l'erogazione di contributi	Risorse erogate sulla base dei disciplinari / Risorse erogate per interventi economici	%	26%	30%	<b>86%</b>
<b>Enti</b>	<b>Associazioni di categoria, enti ed organismi del sistema camerale, Ministero dello Sviluppo Economico</b>					

<b>Area strategica</b>	Prato città degli imprenditori		
<b>Programma</b>	<b>Promozione dell'imprenditoria</b>		
<b>Centro di Responsabilità</b>	Dirigente Settore Affari Generali ed Economici		
<b>Budget</b>	€ 50.000		

Indicatore di avanzamento	Indicatore	Formula	Stato 2015	Target triennio
	Soggetti coinvolti	n. soggetti coinvolti nelle iniziative realizzate	27	55

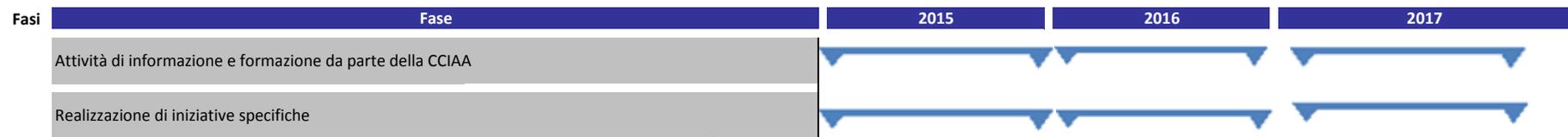


**Obiettivo** **Obiettivo: Favorire la nascita di nuove imprese - Stimolare l'imprenditoria femminile e la presenza femminile in ruoli apicali**

**Descrizione** **La Camera proseguirà nel proprio impegno a favore dell'imprenditoria femminile, attraverso – tra l'altro – le attività del Comitato per l'Imprenditoria Femminile e supporterà le attività del Comitato Imprenditoria Sociale e Microcredito con lo scopo di sostenere le iniziative afferenti il mondo dell'imprenditoria sociale.**

**La Camera inoltre:**

- riproporrà il bando per la concessione di contributi alle nuove attività;
- proseguirà la gestione del Fondo Sviluppo Nuove Imprese, attraverso il monitoraggio e la verifica in itinere delle società partecipate;
- prenderà parte ai lavori del Comitato di indirizzo del Fondo Santo Stefano, iniziativa di microcredito imprenditoriale alla quale l'ente ha aderito sin dall'avvio delle attività, avvenute nel 2012.



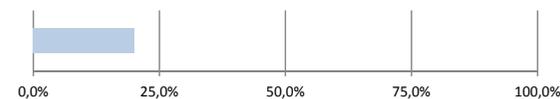
Indicatori	Tipologia	Indicatore	Formula	UDM	Target			Performance	Fonte del dato	
					Stato 2015	Target 2015	Target 2016			Target 2017
	Output	Soggetti coinvolti	n. soggetti coinvolti nelle iniziative realizzate	n.	27	15	20	20	100%	Cartella di file "DD bando nuova attività"
	Realizzazione fisica	Iniziativa Comitato Imprenditoria Sociale e Microcredito	n. iniziative ad hoc realizzate	n.	1	1	1	1	100%	Relazione dei soggetti competenti
	Realizzazione fisica	Iniziativa Comitato Imprenditoria Femminile	n. iniziative ad hoc realizzate	n.	3	1	1	1	100%	Cartella di file "Iniziativa CIF"
	Realizzazione fisica	Imprese partecipate	n. imprese innovative partecipate dalla Camera di Commercio	n.	5	3	3	3	100%	Bilancio consuntivo
	Realizzazione finanziaria dell'intero progetto	Grado di utilizzazione risorse a budget	Risorse utilizzate/Risorse a budget	%	105%	80%	80%	80%	100%	Dati di bilancio (preventivo e consuntivo)

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

<b>Area strategica</b>	<b>Sostenere le imprese nella competizione</b>					
<b>Attività/Servizio</b>	<b>Bandi per contributi alle imprese</b>				<b>Performance</b>	
<b>Descrizione</b>	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. Per il 2015, anche in considerazione delle risorse disponibili dovute alla riduzione del diritto annuale, è stato deciso di finanziare: il bando per la concessione di contributi per iniziative di formazione del personale, il bando per l'avvio di nuove attività nella provincia di Prato e il bando la partecipazione di imprese singole a mostre e fiere in Italia e all'estero.					
	<b>Customer satisfaction del servizio</b>	risultato della indagine condotta nel 2014	voto medio	8,56		
<b>Quantità</b>	<b>Bandi</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Bando Formazione	Budget (a preventivo)	€	50.000	50.000	100%
	Bando Start up	Budget (a preventivo)	€	50.000	50.000	100%
	Bando Mostre e Fiere	Budget (a preventivo)	€	200.000	200.000	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Informazioni rilasciate	n. informazioni rilasciate	n.	1.512	1500	100%
	Attrattività bandi camerali	n. domande presentate per i bandi promossi dalla Camera	n.	351	350	100%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n.	1,22	1,2	98%
	Comunicazione e informazione sui bandi camerali	n. comunicati emessi nel corso dell'anno	n.	3	2	100%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Produttività	n. domande presentate / ore di personale FTE imputato al servizio	n.	0,16	0,19	86%
	Tempo medio di erogazione dei contributi	tempi medi tra rendicontazione ed erogazione (Tempo standard)	gg.	43	45	100%
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Indice di saturazione disponibilità finanziarie	ammontare risorse utilizzate (prenotate) anno N/ammontare risorse destinate anno N	%	100%	80%	100%

Area strategica	Prato diversifica
Programma	<b>Green Economy</b>
Centro di Responsabilità	Settore Segretario Generale - Dirigente Relazioni Esterne
Budget	€ 50.000,00

Indicatore di avanzamento	Indicatore	Formula	Stato 2015	Target triennio
	Diffusione marchio Cardato Recycled	n. soggetti che utilizzano il marchio Cardato Recycled	4	20



**Obiettivo** Obiettivo: Creare le condizioni per potenziare questo settore all'interno del territorio.

**Descrizione** Si chiama "Cardato Recycled" il nuovo marchio di proprietà della Camera di Commercio che valorizza la produzione cardata pratese grazie alla misurazione della LCA (Life Cycle Assessment). Il marchio, studiato nel 2014 grazie alla collaborazione della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, nel 2015 dovrà essere oggetto di promozione per incrementare il numero di imprese aderenti. Inoltre, in quanto buona pratica riconosciuta a livello europeo, potrebbe essere oggetto di *partnership* con enti ed istituzioni in altre parti d'Europa, per condividere le conoscenze del distretto nell'ambito del riciclo.

Fasi	Fase	2015	2016	2017
	Promozione del marchio Cardato Recycled	[Timeline bar spanning 2015, 2016, and 2017]		
	Gestione del marchio Cardato Recycled	[Timeline bar spanning 2015, 2016, and 2017]		

Indicatori	Tipologia	Indicatore	Formula	UDM	Stato 2015	Target 2015	Target 2016	Target 2017	Performance	Fonte del dato
	Realizzazione fisica	Iniziative di formazione	n. eventi di formazione e/o informazione promossi	n.	2	2	2	2	100%	Cartella di file "Eventi di presentazione"
	Output	Diffusione marchio Cardato Recycled	n. soggetti che utilizzano il marchio Cardato Recycled	n.	4	10	15	20	40%	File "Domande certificazione"
	Realizzazione fisica	Diffusione dell'iniziativa	n. partecipazioni della Camera a fiere e manifestazioni	n.	1	1	1	1	100%	File "Diffusione dell'iniziativa"
	Realizzazione finanziaria	Grado di utilizzazione risorse a budget	Risorse utilizzate / Risorse a budget	%	80%	80%	80%	80%	100%	Dati di bilancio (preventivo e consuntivo)

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

<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.</p>					
	<b>Customer satisfaction del servizio Brevetti e Marchi</b>	risultato della indagine condotta nel 2014	voto medio	8,59		
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Titoli depositati	n. depositi di brevetti, disegni e modelli	n.	28	35	80%
	Marchi depositati	n. marchi depositati	n.	269	250	100%
	Seguiti	n. seguiti	n.	29	35	83%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n.	1	1,0	99%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</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	%	21%	25%	83%
	Servizio di consulenza	n. giorni di presenza al consulente sportello primo orientamento	n.	12	15	80%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</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.	322,77	320	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 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Customer satisfaction del servizio di consulenza	giudizio medio di soddisfazione	%	7,61	buono	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 2015</b>	<b>Scenario triennio</b>	
	<b>Riduzione irregolarità e contenzioso nel comportamento delle imprese</b>	n. irregolarità riscontrate / n. controlli effettuati	%	59%	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 è stata impegnata nel completamento del piano dei controlli concordato. Per il 3026 la Camera proseguirà nella propria attività a tutela della trasparenza e concorrenza del mercato, con un'intensificazione delle visite ispettive rivolte alle imprese</p>					
<b>Indicatori</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Scenario triennio</b>	<b>Performance</b>
	<b>Andamento attività ispettiva</b>	n. prodotti controllati	n	876	300	<b>100%</b>
<b>Principali interazioni</b>	<b>Enti</b>	<b>Ordini professionali, Guardia di finanza, Ministero dello Sviluppo Economico, Unioncamere nazionale, Altre C.C.I.A.A.</b>				

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

**Programma** Una PA per le imprese

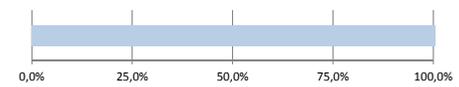
**Centro di Responsabilità** Segretario Generale - Dirigente Settore Anagrafico e Regolazione del Mercato

**Budget** € 6.850,00

**Indicatore di avanzamento**

Indicatore	Formula	Stato 2015	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 2015 / N° comunicazioni pervenute al protocollo	85%	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	2015	2016	2017
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 2015	Target 2015	Target 2016	Target 2017	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 2015 / N° comunicazioni pervenute al protocollo	%	85%	50%	60%	70%	100%	File "prodigi interoperabili"
Realizzazione fisica		Collegamenti con altre pubbliche amministrazioni	N° convenzioni/collegamenti attivati con altre pubbliche amministrazioni	n.	20	20	21	22	100%	Relazione dei soggetti competenti
Realizzazione fisica		Tempestività aggiornamento sito camerale	N° accessi del sito per l'ottenimento di informazioni relative ai procedimenti amministrativi	n.	4.189.396	620.000	650.000	670.000	100%	Cartella di file "Accessi sito 2015"
Output		Informazioni	N° informazioni rilasciate	n.	16.525	17.000	17.000	17.000	97,21%	Relazione dei soggetti competenti
Realizzazione finanziaria		Grado di utilizzazione risorse a budget	Risorse utilizzate / Risorse a budget	%	100%	80%	80%	80%	100%	Dati di bilancio (preventivo e consuntivo)

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

<b>Area strategica</b>	<b>Prato nell'area metropolitana</b>				
<b>Attività/Servizio</b>	<b>Statistica, prezzi e informazione economica</b>				<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.</p>				
	<b>Customer satisfaction del servizio</b>	risultato della indagine condotta nel 2014	voto medio	8,54	
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Listini prezzi	n. listini prezzi pubblicati	n. 11	11	100%
	Studi e ricerche	n. studi e ricerche effettuate	n. 9	4	100%
	Giornata dell'economia	elaborazione del rapporto sulla situazione economica provinciale	n. 1	1	100%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n. 1,0	1,5	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Servizio nuove imprese	n. utenti servizio nuove imprese x 1.000 / n. imprese attive (escluse u.l.)	n. 5,3	5	100%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Rispetto dei tempi di realizzazione indagini	n. medio giorni di ritardo rispetto alla scadenza programmata	gg. 0	0	n.d.
	Tempestività rilascio informazioni	Tempo di rilascio informazioni su finanziamenti ed altri aspetti di natura amministrativa connessi all'avvio di	gg. 0	su appuntamento	100%
	Tempestività risposta quesiti standard	Tempo massimo di risposta dalla richiesta	gg. 0	a vista	100%
	Tempestività risposta quesiti complessi	Tempo massimo di risposta dalla richiesta	gg. 12	10	76,7%
	Listini prezzi tessile ed agroalimentare	Periodicità elaborazione	gg. mensile	mensile	100%
	Indice ISTAT	Tempo massimo dalla diffusione del dato da parte dell'ISTAT	h. 90	24 ore	0%
	Biblioteca	Tempo massimo prestito libri dalla richiesta	gg. 0	a vista	100%
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Customer satisfaction del servizio di consulenza	spuntello nuove imprese - n. utenti soddisfatti/tot. utenti rispondenti	% n.d.	100%	n.d.

<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: in esso 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 2014	voto medio	8,69		
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Imprese del territorio	n. imprese registrate (sedi ed unità locali)	n.	40.102	39.700	100%
	Nuove imprese (Tasso di natalità)	n. nuove imprese registrate nell'anno	n.	2.947	2.500	100%
	Cancellazioni (Tasso di mortalità)	n. cancellazioni dal Registro imprese	n.	2.883	2.400	100%
	Deposito Bilanci	n. bilanci depositati	n.	7.057	7.300	97%
	Pratiche gestite	n. modificazioni Registro imprese	n.	18.560	22.000	84%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n.	11,97	15,00	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Mediatore culturale	n. ore di presenza annue del mediatore culturale	h	186	180	100%
	Informazioni allo sportello	n. informazioni rilasciate allo sportello informazioni	n.	3.200	3.300	97%
	Informazioni via mail	n. e-mail di risposta fornite da sportello informazioni	n.	2.755	3.500	79%
	Informazioni via telefono	n.contatti telefonici allo sportello informazioni	n.	10.570	10.000	100%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</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	6	100%
	Tasso di sospensione delle pratiche Registro Imprese	pratiche con almeno una sospensione / totale pratiche	%	34,9%	30%	84%
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</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	%	88,42	70%	100%

<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 2014	voto medio	<b>8,69</b>		
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Certificati e visure Registro imprese	n. certificati e visure Registro imprese rilasciati allo sportello	n.	10.360	10.000	<b>100%</b>
	Visure Protesti	n. visure protesti	n.	360	430	<b>84%</b>
	Pubblicazione protesti	n. protesti pubblicati nel registro	n.	2.068	3.000	<b>69%</b>
	Cancellazione protesti su istanza	n. protesti cancellati su istanza	n.	147	120	<b>100%</b>
	Ambiente	n. pagine formulari rifiuti vidimati	n.	171.573	125.000	<b>100%</b>
	Gestione dei rifiuti	n. pagine registri di carico e scarico rifiuti vidimate	n.	235.957	200.000	<b>100%</b>
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n.	2,7	3,0	<b>100%</b>
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Accessibilità fisica	tot. visure e certificati RI e protesti / FTE dedicate a ricezione richieste	n.	3.956	4.500	<b>88%</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 2015</b>	<b>Target 2015</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.	6,6	5,0	<b>69%</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 e le Camere di Commercio hanno ricoperto un ruolo da protagoniste. Tale ruolo, riconosciuto a più riprese dal legislatore, è stato 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>				
	Customer satisfaction del servizio	risultato della indagine condotta nel 2014	voto medio	8,48	
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Tirocini	n. tirocini effettuati	n. 226	150	100%
	Mediazioni	n. procedure di mediazione gestite	n. 197	120	100%
	Arbitrati	n. procedure arbitrali gestite	n. 15	10	100%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n. 1,7	2,5	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Diffusione del servizio di conciliazione	Conciliazioni gestite (*1000) / N.ro di imprese attive	% 6,8	0,9	100%
	Diffusione del servizio di arbitrato	Arbitrati amministrati (*1000) / N.ro di imprese attive	% 0,5	0,3	100%
	Gestione sedute di mediazione	n. richieste di modifica della data dell'incontro accolte/n. richieste	% 97%	90%	100%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Costo totale del servizio	Risorse utilizzate / Risorse a budget	% 46%	80%	57%
	Volume di attività per ADR	Totale conciliazioni gestite ed arbitrati amministrati / Personale dedicato al servizio	n. 126,2	52	100%
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Customer satisfaction	Giudizio medio espresso sul servizio	n. 4,8	4	100%

<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 2014	voto medio	8,19	
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Procedimenti sanzionatori	n. ordinanze adottate	n. 389	350	100%
	Ispezioni effettuate	n. ispezioni effettuate	n. 12	10	100%
	Controllo prodotti	n. prodotti controllati	n. 604	100	100%
	Gestione contenziosi	n. contenziosi gestiti nell'anno	n. 3	3	100%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n. 1,1	2	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Informazioni etichettatura rilasciate	n. richieste informazioni su corretta etichettatura prodotti	n. 101	90	100%
	Posizioni iscritte a ruolo	n. posizioni iscritte a ruolo/n. ordinanze ingiuntive notificate entro il 31/12/2014 per le quali è decorso inutilmente il termine per il pagamento	% 90%	80%	100%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</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)	% 53%	50%	100%
	Volume di attività gestito dal personale addetto	n. ordinanze sanzionatorie adottate nell'anno/personale FTE imputato al servizio	n. 341	175	100%
	Banca dati VIMER	Banca dati VIMER: inserimento controlli effettuati	% 100%	100%	100%
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</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. 0,13%	0,35%	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 2014	voto medio	8,3	
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Manuali del consumatore	numero nuove edizioni <b>Manuali del consumatore</b> pubblicati	n. 6	6	<b>100%</b>
	Guide al consumatore	n. <b>Guide al consumatore</b> e <b>Lo sapevate che</b> inseriti e/o aggiornati on line	n. 245	300	<b>82%</b>
	Contatti Sportello consumatore	n. contatti <b>Sportello consumatore</b>	n. 26	35	<b>74%</b>
	Sportello condominio	n. consulenze <b>Sportello Condominio</b>	n. 24	30	<b>80%</b>
	Livello di informazione CSR	n. iscritti alla mailing list dello sportello CSR on-line	n. 495	450	<b>100%</b>
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n. 0,59	1,0	<b>100%</b>
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Informazione e aggiornamenti	<b>Sportello Consumatore:</b> n. totale iscritti alla newsletter	n. 421	380	<b>100%</b>
	Consulente sportello condominio	Sportello Condominio: periodicità presenza consulente al mese	n. 1	1	<b>100%</b>
	Iniziative CSR	n. iniziative (seminari) sulla CSR	n. 4	4	<b>100%</b>
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Newsletter consumatori	Frequenza di invio	n. bimestrale	mensile	<b>58%</b>
	Newsletter responsabilità sociale	Frequenza di invio	n. bimestrale	bimestrale	<b>100%</b>

**Stato di Salute Finanziaria**

Performance

**Condizioni** A seguito della conversione del D.L. 90/2014 con la L. 114/2014, le entrate da diritto annuale sono state ridotte progressivamente del 35% nel 2015, del 40% nel 2016 e del 50% nel 2017. I tagli, sebbene operati con progressività, sono estremamente pesanti e comportano la necessità di razionalizzare ulteriormente le spese e contrarre progetti ed investimenti. Nella scheda vengono riportati gli ultimi valori a consuntivo disponibili, relativi al 2013; i target per il 2015 devono invece essere ricalibrati sulla base delle recenti novità legislative. In questa scheda la fonte delle date è sempre rappresentata dai documenti di bilancio.



Equilibrio economico	Indicatore	Formula		Stato 2015	Target 2015	Performance
	Solidità finanziaria	patrimonio netto/passivo totale	%	7,93	6,37	100%
	Valore aggiunto dalla Camera	Valore aggiunto Globale Lordo	€	4.276.166	4.500.000	95%
	Livello trasformazione ricavi in valore aggiunto	Valore aggiunto globale distribuito al sistema economico produttivo	%	73%	55%	100%
Proventi	Indicatore	Formula		Stato 2015	Target 2015	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	€	6.034.176	5.689.000	100%
	Proventi finanziari	proventi finanziari/valore della produzione	%	1,88%	0,64%	100%
Costi	Indicatore	Formula		Stato 2015	Target 2015	Performance
	Costi di struttura	costi del personale + costi di funzionamento	€	5.102.483	5.517.614	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	€	1.857.173	1.928.000	100%
	Costi di funzionamento servizi di promozione e sviluppo dell'economia	Costi di funzionamento servizi di promozione e sviluppo dell'economia	€	446.356	487.000	100%
Patrimonio	Indicatore	Formula		Stato 2015	Target 2015	Performance
	Valore delle immobilizzazioni materiali	immobilizzazioni materiali	€	27.394.481	27.500.000	100%
	Valore delle immobilizzazioni finanziarie	immobilizzazioni finanziarie	€	6.812.773	8.200.000	83%
	Indice di struttura	immobilizzazioni / patrimonio netto	n.	92%	98%	94%
Indebitamento	Indicatore	Formula		Stato 2015	Target 2015	Performance
	Indebitamento	debiti di finanziamento	€	0	0	100%

## Stato di Salute Relazionale

Performance

**Descrizione** 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 Giornata della Trasparenza organizzata con cadenza annuale.



Relazioni	Indicatore	Formula		Stato 2015	Target 2015	Performance
	Coinvolgimento degli stakeholder	n. soggetti formalmente coinvolti nelle fasi di programmazione/rendicontazione attività dell'ente	n.	44	49	90%
	Partecipazioni a tavoli	n. dei tavoli a cui si partecipa	n.	23	22	100%
	Partecipazioni societarie	n. delle partecipazioni societarie	n.	19	18	100%
	Partnership su progetti	n. partnership su progetti	n.	42	30	100%
	Networking nel sistema camerale	n. iniziative e programmi trasversali a più Enti Camerali	n.	9	10	90%
Fornitori	Indicatore	Formula		Stato 2015	Target 2015	Performance
	Livello di outsourcing	n. servizi in outsourcing	n.	0	0	100%
	Rapporti negoziali	n. dei fornitori	n.	279	300	93%
	Regolarità delle relazioni	n.ricorsi e contenzioni/tot.fornitori	%	0%	0%	100%
Imprese	Indicatore	Formula		Stato 2015	Target 2015	Performance
	Livello di interazione con il territorio	n. eventi svolti nel territorio	n.	131	100	100%
	Visibilità	n. eventi patrocinati	n.	34	30	100%
	Customer care	n. servizi sottoposti a indagini di customer satisfaction/tot.servizi	%	100%	100%	100%

Elenco dei principali portatori di interesse

**Imprese, Consumatori, Liberi Professionisti, Associazioni di Categoria, Ordini Professionali, Pubblica Amministrazione, Organismi e società partecipati**

### 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 2015	Target 2015	Performance
	Spese di formazione per dipendente	spese di formazione/tot.dipendenti(dirigenti+t.indeterminato)	€	221	207	100%
	Formazione del personale	n. partecipanti effettivi all'evento formativi / n. destinatari dell'intervento (come da DSG)	%	89%	75%	100%
	Soddisfazione	Livello medio di soddisfazione per interventi formativi	n.	6	4	100%
	Grado di aggiornamento del personale	n. dipendenti che hanno partecipato ad almeno un corso di formazione / totale dipendenti	%	100%	90%	100%
Benessere organizzativo	Indicatore	Formula		Stato 2015	Target 2015	Performance
	Assenteismo malattie brevi	assenza malattie / tot. Dipendenti di ruolo (esclusa dirigenza)	gg	3,9	7	100%
	Qualità dei luoghi di lavoro	n. di infortuni sul luogo di lavoro	n.	0	0	100%
	Comunicazione interna	n. comunicazione di servizio	n.	3	8	38%
Pari opportunità	Indicatore	Formula		Stato 2015	Target 2015	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	%	66%	65%	100%
	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.	0	1	0%
	Comitato Unico di Garanzia	N.ro riunioni CUG	n.	4	3	100%
ICT	Indicatore	Formula		Stato 2015	Target 2015	Performance
	Investimento nell'informatica	spesa informatica/tot.dipendenti(ruolo+dirigenza)	€	2.848	3.300	86%

La Trasparenza e l'Anticorruzione						Performance
Descrizione	Nel 2015 particolare attenzione sarà riservata ai temi della Trasparenza ed alla Prevenzione della corruzione. La trasparenza, infatti, forma parte integrante del sistema di gestione della performance ed è imposta dalla normativa vigente come strumento per consentire la partecipazione ed il controllo sull'operato dell'amministrazione da parte della collettività. Il tema è del resto strettamente collegato anche a quello della prevenzione della corruzione. Nel 2015 la diffusione e la promozione della cultura dell'integrità saranno sviluppate con l'aggiornamento del programma triennale anticorruzione e con specifici interventi formativi.					
Trasparenza	Indicatore	Formula		Stato 2015	Target 2015	Performance
	Piano di comunicazione	N.di atti ufficiali per l'adozione del Piano di Comunicazione	n.	1	1	100%
	Stakeholder	Incontri nel corso dei quali la Camera si confronta con i proprio stakeholder	n.	5	5	100%
	Giornata della Trasparenza	Questionari di gradimento pervenuti	n.	30	10	100%
	Aggiornamento tempestivo della sezione del sito "Amministrazione trasparente"	Pagine sito internet istituzionale aggiornate	n.	130	60	100%
	Iniziative di integrazione dei cittadini stranieri (1)	Servizi di mediazione culturale gestiti	n.	1	1	100%
	Codice dell'Amministrazione Digitale (1)	Incremento dell'utilizzo della posta elettronica e della PEC	%	85%	75%	100%
	Codice dell'Amministrazione Digitale (2)	Incremento del numero dei collegamenti telematici con altre P.A.	n.	20	20	100%
Anticorruzione	Indicatore	Formula		Stato 2015	Target 2015	Performance
	Formazione su Etica	Ore di formazione complessivamente erogate	h.	10.00	4:00	100%
	Livello di partecipazione alla formazione	Livello di partecipazione effettiva del personale all'intervento formativo su Etica	%	100%	80%	100%
	Formazione specifica	Ore di formazione su anticorruzione del personale preposto alle attività a medio rischio	h.	15:30	6:00	100%
	Responsabile Prevenzione Corruzione e Responsabile Trasparenza	Ore di formazione su anticorruzione	h.	27.30	10:00	100%
	Utilizzo sito internet	Accessi alla Sezione Trasparenza	%	n.d.	incremento rispetto al 2014	n.d.
	Customer Satisfaction	Miglioramento risultati anni precedenti	n.	8	8	95%
	Piano anti corruzione	Aggiornamento del Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione	entro	19.01.2015	31.1.2015	100%
	Piano triennale per la trasparenza	Aggiornamento del Piano Triennale della Trasparenza	entro	19.01.2015	31.1.2015	100%
	Tempi dei procedimenti	Monitoraggi effettuati	n.	2	2	100%
	Monitoraggio dei rapporti	Individuazione dei rapporti aventi maggior valore economico	%	19%	10%	100%
	Giornata della Trasparenza	Realizzazione della giornata della Trasparenza	entro	05/11/2015	30.11.2015	100%
	Cruscotto integrità	Cruscotti elaborati	n.	1	1	100%
Elenco dei principali portatori di interesse	<b>Imprese, Consumatori, Liberi Professionisti, Associazioni di Categoria, Ordini Professionali, Pubblica Amministrazione, Organismi e società partecipati</b>					

<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 2014	voto medio	8,60		
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Rilevanza diritto annuale	n. soggetti tenuti a pagare il diritto annuale	n.	36.939	36.600	100%
	Emissione ruolo DA	n. posizioni ruolo diritto annuale emessi nell'anno	n.	11.335	9.500	100%
	Lotta all'evasione del DA	n. ravvedimenti riscossi	n.	1.904	1.900	100%
	Lotta all'evasione del DA	n. insinuazioni fallimentari	n.	161	120	100%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n.	2,6	2,9	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</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.	1	1	100%
	Comunicazione e informazione sul diritto annuale	n. aggiornamenti della sezione "diritto annuale" del sito camerale	n.	5	6	83%
	Multiculturalità del servizio	n. lingue in cui sono disponibili le informazioni all'utenza	n.	3	3	100%
	Informazione all'utenza	Guida al versamento del diritto annuale: termine per pubblicazione sul sito	gg	21/05/2015	23 maggio	100%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Produttività	n. soggetti passivi di imposta DA /personale FTE imputato al servizio	n.	14.262	12.600	100%
	Sgravi in autotutela	n. sgravi in autotutela*	n.	12	25	100%
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Livello di riscossione	gettito DA riscosso / gettito DA accertato	%	72%	75%	96%

<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 Relazioni Esterne 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 camerali. Da gennaio 2014 l'Ufficio Relazioni Esterne svolge anche le attività dell'URP				
<b>Quantità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	comunicati stampa	n. comunicati stampa	n. 67	90	74%
	informazione istituzionale	n. edizioni notiziario pubblicate sul sito	n. 3	4	75%
	comunità virtuale - newsletter	n. edizioni newsletter pubblicate sul sito	n. 18	12	100%
	comunità virtuale - facebook	n. contatti facebook	n. 976	756	100%
	comunità virtuale - twitter	n. contatti twitter	n. 1.525	1.500	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</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 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	capacità di approfondimento della comunicazione	n. pubblicazioni monotematiche realizzate	n. 5	4	100%
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>	<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	livello di efficacia	n. articoli in rassegna stampa in cui si parla della Camera di Commercio di Prato	n. 861	600	100%
	livello di efficacia dell'informazione telematica	n. iscritti alla newsletter "Obiettivo Impresa"	n. 1.733	1.950	89%
	estensione dell'informazione istituzionale cartacea su richiesta	n. abbonati al notiziario	n. 1.592	1.600	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 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Pagamenti e incassi	n. mandati di pagamento + n. reversali di incasso emesse	n.	2.324	2.400	97%
	Fatture fornitori	n. fatture fornitori ricevute	n.	1.685	700	100%
	Certificazioni fiscali	n. certificazioni fiscali inviate	n.	422	400	100%
	Adempimenti dichiarativi fiscali	n. dichiarazioni inviate	n.	17	15	100%
	Variazioni di bilancio	n. variazioni di bilancio	n.	136	150	91%
	Risorse umane dedicate	Personale (Full Time Equivalent)	n.	2,2	3,0	100%
<b>Qualità</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Tempestività della riscossione	tempo medio tra riscossione ed emissione reversale	gg.	46,24	55	100%
	Tempestività del pagamento	tempo medio pagamento fatture	gg.	22,21	25	100%
	Tempestività del servizio	tempo medio controllo regolarità contabile atti e ordinativi	gg.	1,4	3	100%
<b>Efficienza</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Produttività	(n. reversali + n. mandati)FTE imputato al servizio	n.	1.042,2	800	100%
<b>Efficacia</b>	<b>Indicatore</b>	<b>Formula</b>		<b>Stato 2015</b>	<b>Target 2015</b>	<b>Performance</b>
	Tempestività del pagamento	% fatture pagate entro il termine di 30 gg	%	92%	80%	100%
	Rispetto delle scadenze	% adempimenti nei termini/n. totale adempimenti	%	100%	100%	100%

## Personale

## Performance

### Condizioni

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 2015	Target 2015	Performance
	% dirigenti	n. dirigenti/tot. Personale (comprese forme flessibili)	%	6,06%	6%	99%
	Turnover in entrata (ruolo)	n. nuovi dipendenti/tot.personale	%	0,0%	1,5%	0%
	Turnover in uscita (ruolo)	n. dipendenti in uscita/tot.personale	%	1,6%	1,5%	96%
	Incidenza retribuzione variabile	retribuzione variabile/totale retribuzioni	%	53,3%	30%	100%
	Differenziazione della produttività	% personale che si colloca nella fascia superiore al 90%	%	14%	15%	93%
	Dimensionamento del personale	copertura della dotazione organica	n.	86%	90%	96%
	Età media del personale	somma età / n. dipendenti ruolo e dirigenza	n.	47,52	48	100%
	Anzianità media di servizio del personale	somma anzianità/n. dipendenti	n.	17,95	18	100%
	Incidenza dipendenti laureati	dipendenti laureati/tot.dipendenti (dirigenti+t.indeterminato)	%	41%	40%	100%
Efficienza	Indicatore	Formula		Stato 2015	Target 2015	Performance
	Buoni Pasto	n. buoni pasto distribuiti	n.	7.300	8.000	91%
	Gestione Previdenziale	n. modelli previdenziali compilati	n.	15	15	100%
	Procedure concorsuali	n. procedure concorsuali pubbliche esperite	n.	0	0	100%
Qualità	Indicatore	Formula		Stato 2015	Target 2015	Performance
	Grado di informatizzazione della gestione del personale	n. attività gestite in modalità informatizzata	n.	5	5	100%

## DOCUMENTI ADOTTATI NELL'AMBITO DEL CICLO DELLA PERFORMANCE

<i>Documento</i>	<i>Data di approvazione</i>	<i>Data ultimo aggiornamento</i>	<i>Data di pubblicazione</i>	<i>Link documento</i>
<b>Sistema di misurazione e valutazione della performance</b>	15/03/2011		22/03/2011	<a href="http://www.po.camcom.it/doc/0000_trasparenza/0500_performance/rev00_sist_misurazione_valutazione.pdf">http://www.po.camcom.it/doc/0000_trasparenza/0500_performance/rev00_sist_misurazione_valutazione.pdf</a>
<b>Piano della performance 2015 - 2017</b>	19/01/2015		28/01/2015	<a href="http://www.po.camcom.it/servizi/0000_trasparenza/0600_performance/020_piano_perf/PianoPerformance.php">http://www.po.camcom.it/servizi/0000_trasparenza/0600_performance/020_piano_perf/PianoPerformance.php</a>
<b>Programma triennale per la trasparenza e l'integrità 2015 - 2017</b>	19/01/2015		28/01/2015	<a href="http://www.po.camcom.it/servizi/0000_trasparenza/0100_disp_gen/010_prg_trasp/ProgrammaTrasparenza.php">http://www.po.camcom.it/servizi/0000_trasparenza/0100_disp_gen/010_prg_trasp/ProgrammaTrasparenza.php</a>
<b>Piano triennale di prevenzione della corruzione 2015 - 2017</b>	19/01/2015		28/01/2015	<a href="http://www.po.camcom.it/doc/0000_trasparenza/2300_altr_cont/030_anticorr/2015-2017_anticorruzione.pdf">http://www.po.camcom.it/doc/0000_trasparenza/2300_altr_cont/030_anticorr/2015-2017_anticorruzione.pdf</a>
<b>Regolamento sull'ordinamento degli uffici e dei servizi (Regolamento di organizzazione)</b>	24/09/2002	30/04/2014	24/07/2014	<a href="http://www.po.camcom.it/doc/0000_trasparenza/0100_disp_gen/020_att_gen/regorgan.pdf">http://www.po.camcom.it/doc/0000_trasparenza/0100_disp_gen/020_att_gen/regorgan.pdf</a>