



All. n. 5 - PIANO DEGLI INDICATORI E DEI RISULTATI DI BILANCIO

La Camera di Commercio in sede di approvazione del bilancio preventivo 2020, ha elaborato un piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio redatto ai sensi dell'art. 19 del D. Lgs. n. 91/2011, che qui di seguito si riporta:

AREE STRATEGICHE DI SISTEMA :

1. Sostenere l'innovazione e il rilancio competitivo dei territori

Obiettivi strategici di sistema

- 1.1- Aumento del senso di fiducia delle imprese verso le Camere di Commercio
- 1.2- Semplificare la vita delle imprese
- 1.3-Garantire il rafforzamento delle imprese esistenti

Indicatori obiettivi 1.1

- a) Livello di soddisfazione (customer satisfaction):Un valore percentuale pari o superiore all' 80% indica un gradimento complessivo dei servizi camerali.
- b) Grado di rispetto dello standard di 30 giorni per il pagamento della fatture passive.

Indicatori obiettivi 1.2

- a) Rispetto dei tempi di evasione (5 giorni) delle pratiche Registro Imprese relative alle società.

2 - Rafforzare il mercato e promuovere l'impresa italiana nel mondo

- 2.1-Accompagnare e tutelare le imprese nel rilancio competitivo e nell'espansione all'estero
- 2.2-Promuovere la regolazione del mercato

Indicatori obiettivi 2.1

- a) Sviluppo temporale del numero di iniziative di promozione nei mercati nazionali ed esteri attraverso l'attività di collaborazione con l'ICE Agenzia nell'anno "n" rispetto alla media del triennio (n-3 ; n-1)- Un valore superiore al 100% indica un valore in crescita rispetto al valore medio del triennio.

Indicatori obiettivi 2.2

- a) Numero di controlli utenti metrici e concessionari marchi metalli preziosi effettuati nell'anno rispetto al triennio precedente – Un valore superiore al 100% indica un valore in crescita rispetto al valore medio del triennio.

3 Rafforzare lo stato di salute del sistema.

- 3.1-Garantire la solidità economica e patrimoniale
- 3.2-Garantire l'efficienza di gestione

Indicatori obiettivi 3.1

- a) Equilibrio economico della gestione corrente: l'indicatore misura l'incidenza degli oneri correnti rispetto ai proventi correnti – Un valore ottimale dovrebbe avvicinarsi al 100%, anche se un valore prossimo o superiore al 100% non è necessariamente un segnale negativo per una Camera di Commercio e la sua missione istituzionale.
- b) Incidenza dei costi strutturali: l'indicatore misura l'incidenza dei costi di struttura rispetto ai

- proventi correnti – Un valore prossimo o superiore al 100% evidenzia una scarsa o nulla capacità di poter destinare risorse correnti per interventi economici.
- c) Margine di struttura: l'indicatore misura la capacità della Camera di Commercio di finanziare le attività di lungo periodo interamente con capitale proprio – In generale è auspicabile un valore inferiore al 100%, valori superiori potrebbero però essere giustificati da investimenti che abbiano comportato il ricorso al capitale di credito.
 - d) Solidità Finanziaria: l'indicatore misura la solidità finanziaria della Camera di Commercio determinando la parte di finanziamento proveniente da mezzi propri – In generale è auspicabile un valore superiore al 50% (come per il margine di struttura, valori inferiori potrebbero però essere giustificati da investimenti che abbiano comportato il ricorso al capitale di credito).

Indicatori obiettivi 3.2

- a) Capacità di generare proventi: l'indicatore misura quanta parte dei proventi correnti è stata generata dalla Camera di Commercio oltre alle entrate da diritto annuale e da diritti di segreteria.
- b) Economicità dei servizi: l'indicatore evidenzia il rapporto tra i proventi generati dalla Camera di Commercio (al netto delle entrate da diritto annuale e da diritti di segreteria) rispetto agli oneri “operativi” - Il valore dell'indice misura quanto gli “altri” proventi generati dalla Camera di Commercio coprono gli oneri “operativi”. Più alto è il valore, maggiore è l'economicità.
- c) Incidenza dei proventi correnti sui proventi totali: l'indicatore misura l'incidenza dei proventi correnti rispetto ai proventi totali – In generale è auspicabile un valore quanto più alto possibile.
- d) Risorse per promozione per impresa attiva: misura il valore medio dei costi promozionali per impresa attiva – L'indicatore misura il valore medio degli interventi economici per impresa iscritta.