

PIANO DELLA PERFORMANCE 2018/2020

Premessa

Il processo di accorpamento delle Camere di Commercio di Catania, Ragusa e Siracusa iniziato nel 2015 si è concluso il 4 settembre 2017, con l'insediamento del Consiglio Camerale e l'elezione del Presidente e successivamente il 22 settembre 2017 con l'elezione della Giunta Camerale.

Il nuovo Ente, pertanto, dotato dei suoi Organi di indirizzo politico svolge a pieno regime la sua attività istituzionale.

Tra gli adempimenti da adottare, da parte del nuovo Ente, vi è l'adozione del Piano Triennale della Performance.

L'obiettivo principale dell'intero Piano è quello di far percepire la nuova Camera di Commercio come con un "unicum", seppur operante in ambiti territoriali diversi, realizzando l'omogeneità funzionale dell'intera organizzazione e delle sue diramazioni, ovvero dei procedimenti e dei servizi.

Il Piano della Performance 2018/2020, è stato predisposto ponendo in evidenza quegli elementi utili a far comprendere l'impegno e il costante sforzo che si dovrà profondere per raggiungere gli obiettivi prefissati, volti principalmente a garantire la qualità e l'uniformità dei servizi, l'efficacia delle azioni a sostegno delle imprese e del tessuto economico del territorio, rappresentata oggi da tre province Catania, Ragusa e Siracusa, nonostante la riduzione delle risorse finanziarie e di personale conseguentemente al collocamento in quiescenza.

Presentazione del Piano

Il Piano della Performance rappresenta una dichiarazione d'indirizzo politico dell'Ente in materia di adeguamento organizzativo e obiettivi da conseguire, nonché, il quadro di riferimento per la programmazione triennale degli obiettivi.

Nella sua presentazione vengono richiamati gli elementi di natura valoriale che guidano il miglioramento della performance organizzativa e individuale, nonché, l'azione camerale finalizzata al miglioramento del tessuto economico in cui operano le imprese, di rafforzamento della loro capacità competitiva, di sviluppo socio-economico del territorio, di promozione degli interessi generali delle imprese e del mercato, di sostegno all'imprenditorialità locale e di assistenza alle imprese export – oriented.

Adeguamento del D.P.R. 254/2005 alla Legge 150/2009

Ad oggi, la pianificazione strategica della Camera di Commercio è conformata alle disposizioni normative del regolamento di contabilità contenute nel DPR 254/05 tenendo, altresì conto dell'adottando Statuto camerale.

L'architettura complessiva e la struttura del sistema sono incardinati in fasi e tempi predeterminati secondo un ciclo tale da garantire sufficienti requisiti tecnici di validità, affidabilità e funzionalità.

Ogni anno, muovendo dalle linee fondamentali tracciate nel documento quinquennale di programmazione pluriennale, adottato dal Consiglio camerale, all'indomani del suo insediamento, viene delineato l'atto di aggiornamento annuale, che prende corpo nella

Relazione Previsionale e Programmatica.

In tale atto di pianificazione economico-finanziaria sono individuate le strategie, gli indirizzi che si intendono attuare nel corso dell'anno di riferimento e che, interpretato attraverso l'assegnazione implicita al Segretario Generale, da parte della Giunta con la sua approvazione, dei relativi obiettivi, vengono estrapolati e configurati gli obiettivi da assegnare a sua volta ai dirigenti, con i relativi indici di risultato, sistema di misurazione e valutazione (condivisi con gli stessi) assieme al budget direzionale che, sempre approvato dalla Giunta, individua le risorse finanziarie assegnate.

Il ciclo della programmazione economica e finanziaria, come previsto dal su richiamato DPR 254/05, nelle fasi e nei tempi come sopra esposti, si estrinseca nell'articolazione seguente:

- Programma pluriennale
- Relazione Previsionale e Programmatica
- Preventivo economico
- Aggiornamento Preventivo economico
- Piano degli obiettivi
- Budget direzionale
- Relazione sulla gestione/risultati
- Bilancio di esercizio

Il sistema di programmazione economico-finanziaria, pianificazione strategica e controllo, come sopra delineato, ormai ampiamente collaudato nel sistema Camerale e che, grazie alla sua validità è stato elemento di distinzione del sistema Camerale per l'efficienza dei servizi resi ai suoi utenti (imprese, professionisti, cittadini), rispetto al generale funzionamento della Pubblica Amministrazione, è chiamato a confrontarsi con la riforma dell'organizzazione della pubblica amministrazione a seguito dell'emanazione del D. Lgs. 150/2009, come in parte recepita dalla Regione Siciliana con L.R. 5 aprile 2011, n. 5, Disposizioni per la trasparenza, la semplificazione, l'efficienza, l'informatizzazione della pubblica amministrazione.

Sintesi delle informazioni di interesse per i cittadini e gli stakeholder esterni

Chi siamo

La Camera di Commercio è un Ente autonomo di diritto pubblico che svolge funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese e i consumatori e promuove lo sviluppo dell'economia dell'area vasta rappresentata dai territori di Catania, Ragusa e Siracusa.

La Camera di Commercio di Catania, Siracusa, Ragusa della Sicilia Orientale è amministrata da una Giunta, formata dal Presidente più 7 componenti eletti dal Consiglio, formato a sua volta da 33 consiglieri espressi dalle categorie economiche maggiormente rappresentative del territorio di riferimento.

La struttura amministrativa della Camera è guidata dal Segretario Generale, coadiuvato da due Vice Segretari Generali e dieci Dirigenti.

Cosa facciamo

Oggi, la Camera di Commercio è prima di tutto l'interlocutore delle 203.881 imprese (dato al 31 dicembre 2017), che, nelle provincie di Catania, Ragusa e Siracusa, producono, trasportano, scambiano beni e servizi, e delle categorie economiche che le rappresentano, essa è

un'istituzione al servizio dei cittadini/consumatori, attiva al fianco degli enti locali, per lo sviluppo economico, sociale e culturale del territorio.

Le funzioni svolte dalla Camera di Commercio si configurano nelle seguenti:

- attività amministrative: tenuta di registri, albi, elenchi, ruoli, nei quali vengono registrati e certificati i principali eventi che caratterizzano la vita di ogni impresa;
- attività di promozione e informazione economica: promozione delle imprese, sostegno dello sviluppo economico; monitoraggio, studio e analisi dei dati dell'economia locale;
- attività di regolazione del mercato: composizione delle controversie derivanti dalle relazioni economiche tra imprese e tra imprese e cittadini, attività ispettive e verifica di metrologia legale

Come operiamo

La normativa ci pone come interfaccia tra le imprese e le altre pubbliche amministrazioni trasformando negli anni il Registro delle imprese in un hub in cui affluiscono flussi di informazioni in entrata e in uscita verso gli altri enti facendo sì che l'iscrizione di un'impresa da pubblicità legale diventasse un "fascicolo d'impresa", ove sono contenuti tutti i fatti, gli atti, le certificazioni e abilitazione dell'impresa.

In tema di attività promozionale, significative sono le collaborazioni e sinergie con altri enti pubblici, quali i Consorzi dei Liberi Comuni e per altri aspetti legati più a funzioni amministrative, con la Prefettura, l'INPS, l'INAIL e l'Agenzia per le Entrate, nonché con soggetti che espletano attività di interesse per le imprese

Identità

Al di là della sua definizione normativa di ente pubblico ad autonomia funzionale perseguente interessi generali, la Camera di Commercio si identifica quale organizzazione complessa che si sviluppa per il perseguimento della sua mission, e degli obiettivi, che anno dopo anno, si prefigura di raggiungere, attraverso l'apporto congiunto di diversi fattori, quali:

- vertici dell'amministrazione;
- dirigenti o responsabili apicali dei vari settori organizzativi;
- stakeholder interni (personale);
- stakeholder esterni.

Ciascuno di questi attori contribuisce, secondo momenti e iniziative di condivisione che devono essere individuati dall'organizzazione - e ciascuno in funzione del proprio ruolo - alla esplicitazione dell'identità dell'organizzazione che servirà come punto di riferimento per lo sviluppo delle fasi successive del processo di definizione/verifica degli obiettivi.

Gli organi di governo della Camera sono:

- Il Consiglio Camerale;
- La Giunta Camerale;
- Il Presidente;

essi rappresentano i vertici della Camera di Commercio.

Il primo, quale organo di indirizzo politico generale, approva la programmazione pluriennale tracciando le linee strategiche generali che troveranno nella Relazione previsionale e programmatica annuale lo strumento della focalizzazione e individuazione degli scopi strategici

che ogni anno la Giunta si prefigge di realizzare.

Individuazione quindi di obiettivi, alla cui realizzazione è chiamato il vertice amministrativo, e cioè il Segretario Generale il quale, in un'opera di interpretazione e concretizzazione, li definisce in atti specifici, facilmente individuabili e realisticamente perseguibili in relazione alla consistenza organica e alle risorse finanziarie dell'Ente.

Sono i Dirigenti d'area e dei servizi, in una condivisione di scopo e autonomia organizzativa, fissati nel budget direzionale di competenza, a porre in essere quanto necessario al raggiungimento degli obiettivi.

Partecipe attivo, in co-essenza d'interessi, è il personale del comparto che, nell'espletamento dei servizi a cui sono preposti, perseguono livelli di performance all'insegna dell'efficienza e dell'efficacia.

Obiettivi della dirigenza e del comparto, livello di risultati raggiunti, in tutt'uno mediante un sistema di valutazione, misurano il livello di performance raggiunto dall'organizzazione amministrativa dell'Ente.

L'interesse del personale al raggiungimento degli obiettivi si riverbera in quello degli stakeholder esterni - imprese, consumatori, istituzioni – che, in un elevato grado di performance della Camera di Commercio, ritrovano risposte alle questioni legate alla trasparenza del mercato e alla tutela della fede pubblica, punto di convergenza della conoscenza e studio degli elementi economici che contraddistingue il territorio e ne traccia, caratterizzandole, le linee d'intervento per il sostegno allo sviluppo dell'economia locale.

L'amministrazione "in cifre"

La Camera di Commercio quale organizzazione configura in sé vari elementi, quelli maggiormente significativi, in ordine al profilo dell'Amministrazione, sono:

- numero di dipendenti;
- risorse finanziarie complessivamente assegnate;
- numero di strutture territoriali;
- bacino di utenti serviti.

Tali elementi si arricchiscono di ulteriori fattori propri della specifica realtà organizzativa:

- Sedi – orario di sportello;
- Dipendenti;
- Imprese assistite;
- Partecipazioni.

La Camera di Commercio ha sede principale a Catania in Via Cappuccini, 2 e sedi secondarie in piazza Della Libertà, 1 – Ragusa e in via Duca Degli Abruzzi, 4 – Siracusa.

Ad oggi, il personale in servizio consta di 117 unità così suddivise:

- 1 segretario generale
- 10 dirigenti;
- 38 funzionari direttivi;
- 65 istruttori direttivi;
- 3 collaboratori.

L'orario di servizio degli sportelli al pubblico è articolato come segue:

dal lunedì al venerdì, dalle 08,30 alle 12,00;

il martedì, anche in orario pomeridiano, dalle 15,45 alle 17,45.

Le risorse finanziarie destinate al funzionamento degli uffici iscritte nel bilancio di previsione 2018, ammontano a:

- € 7.908.350,00 spese personale/competenze al personale;
- € 2.205.790,00 spese funzionamento/prestazioni servizi.

La Camera di Commercio, nell'espletamento delle sue molteplici funzioni opera attraverso la partecipazione ad altri organismi facenti parte sia del sistema Camerale che non, ma che, comunque, perseguono interessi generali del sistema imprenditoriale o che gestiscono infrastrutture di interesse generale, quali ad esempio la Società Aeroporto Catania -S.A.C. S.p.A.

Le risorse finanziarie iscritte in bilancio per il totale delle partecipazioni ammontano a:

29.483.235,32 (il dato è riferito agli ultimi Bilanci d'esercizio delle tre preesistenti Camere di Catania, Ragusa e Siracusa, approvati, relativi all'anno 2016).

Mandato istituzionale e Missione

La Camera di Commercio ha quale funzione primaria l'erogazione di servizi diretti alle imprese. Le politiche dell'informazione, dell'innovazione, della valorizzazione e commercializzazione delle produzioni locali sono state individuate quali ambiti specifici di intervento in relazione alle potenzialità e alle competenze assegnate dalla legge alla Camera.

In questa direzione si pone l'attività descritta nelle pagine che seguono e che conferma la volontà dell'Ente Camerale di porre in essere strumenti finalizzati ad uno sviluppo economico possibile, nel quadro dei moderni processi di produzione e nel contesto di una competitività che si presenta sempre più incalzante, offrendo alle imprese opportunità di sviluppo della loro attività in Italia e fornendogli assistenza per le attività all'estero.

La Camera di Commercio, quale Pubblica Amministrazione delle imprese, svolge tutta una serie di servizi, tendenzialmente con criteri manageriali, avvalendosi di strumenti tecnologici d'avanguardia, che a titolo esemplificativo e non esaustivo si configurano nei seguenti:

- servizi anagrafico-certificativi e di pubblicità legale delle informazioni relative al sistema delle imprese;
- attività promozionali e di qualificazione del sistema economico (contributi, servizi di orientamento ai mercati);
- analisi e studi economici;
- servizi di regolazione del mercato;
- attività di sviluppo delle infrastrutture territoriali.

La Camera rappresenta, tanto la "casa delle imprese", quanto l'istituzione volta a garantire la tutela del mercato e della fede pubblica, ovvero, il corretto e trasparente svolgersi dei negozi giuridici commerciali a tutela delle imprese, dei consumatori e dei lavoratori.

Linee Programmatiche

La Relazione Previsionale e Programmatica dell'Ente Camerale, aggiornando la programmazione pluriennale, individua le priorità strategiche e gli obiettivi, che assegnati al Segretario Generale, dovranno conseguirsi nel 2018.

Consapevoli che una mirata programmazione degli interventi volti a favorire in qualche misura la ripresa dell'economia locale necessita di adeguate risorse finanziarie, di cui purtroppo la nostra Camera non dispone a sufficienza, diventa imprescindibile circoscrivere gli interventi in relazione alle risorse finanziarie disponibili, mirando ad obiettivi raggiungibili in base alle potenzialità espresse dalla nostra struttura organizzativa.

Nello specifico le linee di intervento si muovono su due aree strategiche:

a) FUNZIONE AMMINISTRATIVA;

b) FUNZIONE DI PROMOZIONE .

Lungo la prima direttrice si sviluppano l'insieme di azioni finalizzate a realizzare dal punto di vista amministrativo-organizzativo l'omogeneizzazione delle procedure e dei servizi della nuova Camera, ovvero:

- Armonizzazione organigrammi preesistenti nelle tre realtà camerali;
- Omogeneizzazione dei procedimenti amministrativi e dei servizi;
- Riorganizzazione degli uffici delle sedi secondarie con conseguente riqualificazione e aggiornamento professionale del personale prima destinato agli uffici di assistenza organi e supporto interno;
- Analisi della situazione logistico-funzionale (verifica dei locali in uso del personale camerale, nonché di quelli destinati agli ex Organi Camerali), finalizzata alla razionalizzazione degli spazi utilizzati e mettendo a reddito quelli inutilizzati ;
- analisi complessiva dei servizi erogati singolarmente da ciascuna delle ex tre Camere per verificarne la omogeneità e nei casi di discordanza sottoporre alla Giunta le proposte di risolutive.

Un esempio per tutti, il servizio della Camera Arbitrale e di Conciliazione presente in tutte le sue articolazione a Catania, parziale a Ragusa e assente a Siracusa, dovrà essere uniformato in tutte e tre le sedi.

L'altra direttrice, su cui articolare gli interventi, corre lungo l'asse della promozione a sostegno dello sviluppo economico del territorio e delle nostre imprese.

A tal proposito bisogna necessariamente tener presente delle modifiche apportate dalla legge di riforma delle Camere di Commercio la 219/2015 che fa esplicito divieto di interventi di internazionalizzazione all'estero (vedi art. 2 lett. d) Legge 580/1993 ss.mm.ii.), ma, soprattutto bisogna tener in debito conto le ridotte disponibilità finanziarie della nostra Camera, per cui se non si dovesse risolvere a monte la questione, la scelta di attuare interventi di promozione obbliga preventivamente a trovare le necessarie risorse economiche.

Stante quanto accennato in precedenza e quindi risorse finanziarie permettendo, gli interventi di promozione dovranno articolarsi su più livelli e con finalità diverse, quali:

- accrescere la competitività del sistema impresa;

- favorire la nascita di nuove start-up;
- offrire alle imprese consulenza e supporto all'internazionalizzazione;
- organizzare corsi di formazione per nuovi imprenditori;
- promuovere iniziative per lo sviluppo del turismo;
- sostenere lo sviluppo della digitalizzazione delle imprese;
- orientamento, alternanza scuola -lavoro e placement;
- promuovere la qualità e la tracciabilità delle filiere del *made in sud-est*, valorizzando i distretti produttivi e rafforzando i legami fra turismo, cultura e sapori tradizionali.

A queste due direttrici principali si devono aggiungere due ulteriori aree di intervento:

- la tenuta del Registro delle Imprese;
- il servizio di Mediazione e conciliazione.

Per la prima funzione, visti i risultati ottenuti in questi anni, occorre mantenere anzi estendendola alle altre due sedi, l'attività di verifica dell'operatività delle imprese iscritte al Registro Imprese, avviando per quelle inopere la relativa procedura di cancellazione d'ufficio.

Ciò consentirà di disporre di un Registro delle Imprese quanto più aderente alla realtà imprenditoriale, a garanzia della trasparenza del mercato e a tutela della fede pubblica.

Per la seconda funzione, che si estrinseca nella cosiddetta Giustizia Alternativa, si dovrà agire affinché detto servizio, nelle tre articolazioni, conciliazione, mediazione e arbitrato, sia svolto in tutte e tre le sedi camerali, diversamente da come si presenta attualmente.

Inoltre dovranno prevedersi interventi mirati, attraverso una campagna informativa, ad accrescere nei cittadini la conoscenza di questi servizi ed implementare il ricorso all'Organismo di Mediazione della Camera Arbitrale e di Conciliazione della Camera di Commercio, oltre alla diffusione dell'arbitrato amministrato, e per questo è indispensabile agire in condivisione con gli Ordini Professionali dei notai, degli avvocati, e dei commercialisti.

Ultimo ma non ultimo, non si possono sottacere i compiti che l'art. 2 della legge 580/1993 ss.mm.ii. assegna alle Camere in tema di Promozione, Progettazione, Realizzazione e Gestione di Infrastrutture Materiali.

La Camera partecipa in quota parte a diverse società di scopo per la realizzazione e gestione di infrastrutture, come di seguito elencate e per le quali si renderà necessario intraprendere azioni diversificate sulla scorta dei risultati raggiunti e dei possibili obiettivi che queste sono in grado di conseguire e decidere il mantenimento della partecipata.

INTERPORTO: la situazione in cui versa la Società Interporti Siciliani (S.I.S. S.p.A.) e le prospettive non certo incoraggianti della capacità di realizzare il Polo Logistico Intermodale, rende necessaria una profonda riflessione e un'attenta analisi delle possibilità residue di raggiungere lo scopo sociale, come del resto indicato nel nell'ultimo piano delle dimissioni, in cui la giunta ritiene necessario un approfondimento finalizzato a valutare la capacità della società di raggiungere lo scopo sociale.

PORTO: la legge di riforma delle autorità portuali non prevede la partecipazione del Camera di Commercio nella governance dell'organismo, per cui la nostra Camera dovrà intervenire quale soggetto d'interesse dell'area vasta del sud-est e offrire il proprio appoggio nello sviluppo delle politiche dell'autorità portuale, intervento che potrebbe portare ad estendere i comprensori di competenza dell'autorità al porto di Pozzallo.

AEROPORTO: La Camera di Commercio nel nuovo asset di Camera del sud-est, ovvero di Cata-

nia, Ragusa, Siracusa quale socio di maggioranza assoluta, in condivisione con l'altro socio rappresentato dal Comune di Catania dovrà agire con fermezza e lungimiranza nel dare gli input necessari all'organo di governance della Società di Gestione Aeroportuale - S.A.C. S.p.A. - per avviare e completare le opere in fase progettuale: pista, parcheggi, ristrutturazione e rifunzionizzazione della vecchia aerostazione Morandi, così come realizzare con l'aeroporto di Comiso un sistema aeroportuale integrato, la qual cosa renderebbe ancora più appetibile la privatizzazione della società.

Le opere testé elencate sono indispensabili per consegnare all'intero comprensorio della Sicilia Orientale e oltre, un aeroporto moderno e funzionale, una struttura quindi in grado di sostenere il previsto aumento dei flussi di passeggeri.

LINEE STRATEGICHE

Semplificazione amministrativa, e-government

- La semplificazione amministrativa, conformemente alle ultime novità legislative, allo stato contempla non solo lo snellimento delle procedure, ma anche la totale gestione dei SUAP comunali in regime di convenzione e per alcuni Comuni in delega.

Così come la dematerializzazione della carta che ha portato alla invalidità dei certificati per la pubblica amministrazione se presentati dai privati, deve ampliare l'uso di sistemi telematici per le relative richieste da parte della P.A.

- Sala Panel : si dovrà continuare a svolgere ed a incrementare l'attività della Sala, magari permettendone l'uso a soggetti privati coerentemente all'indirizzo di sviluppo del settore olivicolo, analogamente a quanto è stato fatto per il settore vitivinicolo. In questo contesto si dovrà agire avviando il percorso teso al riconoscimento della Camera quale ente di certificazione della qualità dei prodotti alimentari di intesa con le strutture e le società del sistema camerale;
- Completamento informatico di quei residui servizi camerali, quali ad esempio gli albi minori e altri affidati ai servizi di Regolazione del Mercato, al fine di rendere completamente telematizzate le procedure di iscrizione, modifica e cancellazione.
- Servizio "dialoga con l'ufficio tributi" finalizzato alla realizzazione di un canale informatico, tramite e-mail mediante il quale l'utente riceve tutte le informazioni relativamente al pagamento del diritto annuo compreso l'invio del modello F24 precompilato.

Regolazione del Mercato

- Metrologia legale, miglioramento, nei limiti posti dalla legge, del servizio in termini di rapporto costi-benefici e soprattutto coprire il servizio nell'area siracusana attesa l'assenza di figure qualificate in quella sede. .

Giustizia Alternativa

- Interventi mirati per incentivare il ricorso all'Organismo di mediazione della Camera Arbitrale della Camera di Commercio, e all'arbitrato amministrato, condividendo con gli ordini professionali degli avvocati, notai e commercialisti un'azione di previsione statutaria nelle società di tale strumento di giustizia alternativa.
- Estensione del servizio alla sede di Siracusa tuttora non esercitato.
- Istituzione di un organismo per la definizione delle crisi da sovraindebitamento;

Registro delle Imprese

- Cancellazione d'ufficio, perseveranza di tale attività che accerti lo stato delle imprese non più operative e ne avvii la procedura per la cancellazione.

Ciò consentirà di disporre di un Registro Imprese conforme alla realtà imprenditoriale, a garanzia e tutela della trasparenza del mercato e della fede pubblica.

Riduzione del numero di pratiche lavorate tramite affidamento del servizio in house.

SUAP

Lo Sportello Unico per le Attività Produttive costituisce un servizio essenziale per la semplificazione della vita ordinaria di un'impresa e la Camera di Commercio rappresenta il naturale soggetto di snodo di tale servizio. Ad oggi le esperienze avviate dagli Enti Locali del territorio non sono state in grado di assicurare livelli adeguati di efficacia del servizio, mentre prosegue regolarmente l'attività semplificatoria di Comunica presso l'Ente camerale.

Proprio a partire da Comunica è possibile strutturare un effettivo servizio SUAP, in grado di ridurre tempi e passaggi burocratici a carico dell'impresa.

Il protocollo d'intesa da stipulare con i Comuni prevede il coinvolgimento operativo della società del sistema camerale InfoCamere e un kit di servizi a supporto dell'impresa, nonché l'attivazione di:

- a) help desk telefonico di livello nazionale per l'utenza (comuni ed imprese);
- b) servizi di pagamento per la gestione delle pratiche SUAP;
- c) gestione del processo di conservazione della documentazione relativa alle pratiche trasmessa.

PROMOZIONE ED IMPLEMENTAZIONE DI COMUNICA . MISURE DI SUPPORTO CREDITIZIO ALLE IMPRESE START-UP.

La semplificazione dell'ambiente burocratico in cui deve per certi versi operare l'impresa e l'accelerazione dei processi amministrativi che investono porzioni del ciclo di vita e di operatività di essa, sono condizioni necessarie per creare quell'alea favorevole e utile alla crescita di un sistema imprenditoriale locale efficiente e competitivo.

Il progetto Comunica prosegue con l'intento di ridurre il peso degli adempimenti burocratici nella fase di avvio dell'impresa.

Una forte interazione del progetto è prevista con il servizio di assistenza agli adempimenti iniziali delle nuove SRL semplificate introdotte a seguito dell'introduzione dell'articolo 2463-bis del codice civile. In particolare la sede di Siracusa ha attivato una linea info a mezzo casella di posta elettronica per l'assistenza agli utenti.

La creazione di un apposito sportello c.d. "facilitatore" è un obiettivo da realizzare attraverso l'assistenza alle imprese con lo sportello on-line , ove sarà possibile sulla base delle esigenze, avere un appuntamento con l'esperto prescelto dalla stessa impresa sulla base del curricula pubblicati.

ATTIVITÀ PROMOZIONALE

Per quanto riguarda la promozione necessita considerare le novità introdotte dal D. Lgs. n. 219/2016 che fa divieto di attività all'estero, per cui bisogna rideterminare un'attività di consulenza e assistenza e tenere conto delle limitate risorse finanziarie.

E' opportuno, tuttavia, che l'attività a sostegno del tessuto imprenditoriale svolta ogni anno dalla Camera nell'ambito della sua funzione di promozione dell'economia locale sia effettuata in coerenza e sinergia con le iniziative del competente Assessorato Regionale alle Attività

Produttive, di Unioncamere Regionale e dei vari dicasteri.

Oltre a tali iniziative, la Camera continuerà ad organizzare la partecipazione a quegli eventi ormai storici di promozione del territorio che negli anni ha permesso la fidelizzazione delle imprese e che ha portato le nostre eccellenze nei mercati nazionali ed esteri con gli ottimi risultati di cui ne è esempio l'ampliamento della piattaforma di imprese a cui l'attività di promozione si rivolge e che negli anni si è incrementato notevolmente e che vede coinvolte un migliaio di imprese.

Il programma 2018, quindi, dovrà essere articolato avendo necessariamente una visione d'insieme con quelle degli altri attori istituzionali.

Le azioni mirate al sostegno dell'agroalimentare, delle eccellenze prodotte dalle nostre aziende frutto della conoscenza della specificità delle produzioni locali abbinate a processi di lavorazione tradizionale, meritano il sostegno della Camera per introdurle nei mercati nazionali e internazionali.

- Promozione, di uno dei prodotti di spicco della nostra agricoltura, ovvero l'arancia rossa, le cui caratteristiche di specie, ne fanno un prodotto unico, finalizzata al consumo della spremuta di arancia rossa. Scopo del progetto è diffondere la cultura del *bere spremuta d'arancia a colazione*, anche al di fuori del circuito di bar e alberghi. Tale iniziativa rappresenta, inoltre, un sostegno al settore agricolo.
- Attività di sostegno ai distretti produttivi attivi nel territorio, in particolare il “Distretto Orticolo del Sud-Est”, il “Distretto Produttivo Siciliano Lattiero-Caseario”, il “Distretto Avicolo” ed il “Distretto dell'Alluminio”;
- Azioni di sostegno per la valorizzazione di prodotti che possono ottenere il conferimento del presidio Slow Food;
- Azioni per il sostegno dei consorzi di tutela dei prodotti a marchio europeo già acquisito o in corso di acquisizione;
- Impegno per la valorizzazione delle attività dell'associazione “Le vie del cioccolato” e collegamento con il network delle Camere di Commercio italiane aderenti al progetto “I cioccolati d'Italia”;
- Organizzazione della Fiera Agroalimentare Mediterranea;
- Azioni di coorganizzazione delle manifestazioni espositive e promozionali tradizionali e storiche del territorio promosse o proposte dagli enti pubblici e dalle associazioni di categoria;
- Iniziative a favore delle PMI, per agevolare l'accesso al credito attraverso i consorzi fidi, o altri strumenti finanziari.
- Promozione turistica del territorio mediante strumenti di diffusione ritenuti idonei quali il sito web camerale e il portale delle imprese e dei servizi turistici, nonché eventi espositivi da tenersi sia nella sede camerale che presso sedi altri Enti.

Attuazione dei progetti ai sensi dell'art. 18, c 10 legge 580/1993 ss.mm.ii.

La Camera, nel nuovo quadro normativo di riferimento, al fine di incrementare la misura del diritto annuale fino al venti per cento, così come dispone il comma 10 dell'art. 18 della Legge n. 580/1993, recentemente modificato, ha approvato, su indicazione di Unioncamere, tre progetti denominati “Punto Impresa Digitale”, “I servizi di orientamento al lavoro e alle professioni” e “Mirabilia – European network of Unesco sites”, ottenendo la condivisione della Regione Siciliana prima e l'approvazione, con decreto del 22 maggio 2017, del Ministero dello Sviluppo

Economico.

Il Progetto Mirabilia inizialmente partecipato dalla sola Camera di Ragusa si estenderà a tutto il comprensorio della nuova Camera.

I tre progetti si inseriscono organicamente nelle seguenti direttrici:

- valorizzazione del patrimonio culturale, promozione del turismo e competenze in materia ambientale;
- orientamento al lavoro e alle professioni, attenzione per il sistema scolastico e della formazione attraverso i progetti di alternanza scuola – lavoro;
- diffusione e condivisione della cultura digitale.

Relativamente alla prima direttrice, il progetto denominato “Mirabilia European Network of Unesco sites”, progetto che viene attuato in collaborazione con altre Camere di Commercio, sotto la guida della Camera di Matera, ha come obiettivo la promozione dei siti Unesco e dei territori circostanti, la valorizzazione delle bellezze paesaggistiche, del patrimonio storico, artistico, enogastronomico e delle immediate vicinanze, attraverso la creazione di strumenti di promozione e network di imprese. La sua attuazione, peraltro, rappresenta per la Camera l’occasione per proseguire nel percorso, consolidato negli anni, di sostegno alle tradizioni dell’agroalimentare e al turismo, con la possibilità innovativa di fare parte di un circuito particolare che è dato dai territori ove insistono siti riconosciuti patrimonio dell’umanità.

Il progetto denominato “I servizi di orientamento al lavoro e alle professioni” si inserisce nella seconda direttrice e continua una azione intrapresa da alcuni anni dalla Camera sul tema alternanza scuola-lavoro. L’obiettivo del progetto è quello di mettere la Camera, con la sua esperienza e le sue capacità di elaborazione e strumentali, quali il Registro per l’alternanza scuola lavoro, al centro di una rete costituita da enti pubblici, scuole e imprese, tesa a rafforzare e ampliare le iniziative per rendere sempre più stretto il collegamento tra la formazione, l’orientamento, il lavoro e l’impresa.

Il terzo progetto, denominato “Punto Impresa Digitale”, si inserisce nella terza direttrice e rappresenta l’occasione per il sistema camerale, nel solco già avviato del sostegno alle imprese per una evoluzione digitale del tessuto produttivo italiano, di essere protagonista di quella che viene definita “quarta rivoluzione industriale”, rappresentata dalla centralità della digitalizzazione dei processi produttivi.

In questa direzione, le Camere diventano un soggetto centrale del Piano Nazionale Industria 4.0”, un ambizioso progetto che intende avviare e affermare un salto di qualità nella competitività e nella modernizzazione delle imprese italiane.

Le relazioni istituzionali della Camera

La Camera di Commercio, per sua stessa natura, è un nodo di connessione con una rete istituzionale più ampia. In particolare, nell’ambito del sistema Camerale, essa è in stretta correlazione con le altre Camere di Commercio, con l’Unione Regionale, con Unioncamere nazionale e con le Agenzie di sistema (Infocamere, Tagliacarne, Retecamere, etc.), condividendone missione, visione e strategie di sistema.

Nell’ambito del sistema territoriale, la Camera è in relazione con tutti gli altri attori istituzionali e non, che in diversa misura concorrono allo sviluppo economico del territorio: Regione, Provincia, Comuni, Organizzazioni Imprenditoriali, Associazioni sindacali e dei consumatori.

In questa rete connettiva e di interrelazioni, la Camera di Commercio elabora il suo piano strategico di interventi e programma i suoi interventi seguendo un'ordine che così si articola: politiche del sistema Camerale, mediante linee di indirizzo strategiche fissate da

- a) Unioncamere nazionale;
- b) politiche regionali di sviluppo, anche nei settori green power e green economy in materia di tutela ambientale;
- c) programma dell'Unione regionale, analisi delle linee di intervento previste e , valutazione delle possibili sinergie di azione;
- d) Possibili sinergie con gli altri stakeholder.

La struttura organizzativa della Camera

La struttura organizzativa della Camera di Commercio, in coerenza col DPR 254/2005, si articola in quattro aree funzionali.

Schematicamente si hanno:

Funzione A, Funzione B, Funzione C, Funzione D.

**ORGANI
ISTITUZIONALI E
SEGRETARIA
GENERALE (A)** - Funzione A

Segretario Generale n.1

Ufficio Presidenza

Segreteria Generale

n. 1 dirigente

n. 1 funzionario

n. 2 istruttori

Controllo di Gestione

n. 1 funzionario

Coordinamento Informatico

n. 1 funzionario

Arbitrato e Conciliazione

n.1 funzionario

n. 2 istruttori

**SERVIZI DI
SUPPORTO (B)** - Funzione B

Contabilità

n.1 dirigente / capo area

n. 3 funzionari
n. 4 istruttori

Ufficio Tributi

n. 1 funzionario
n. 4 istruttori

Personale

n. 1 dirigente
n. 2 funzionario
n. 2 istruttori

Centralino

n.1 collaboratore

Provveditorato, Appalti e
Contratti

n. 3 funzionari
n. 3 istruttori

Protocollo

n. 4 istruttori

Ufficio Partecipazioni

n.1 istruttore

**ANAGRAFE CERTIFICATIVA
E SERVIZI DI REGOLAZIONE Funzione C
DEL MERCATO (C)**

Registro Imprese

n. 2 dirigenti
n. 10 funzionari
n. 27 istruttori
n. 2 collaboratori

URP Carta dei Servizi

n.1 istruttore

Albo Artigiani Albi minori

Commercio Interno ed estero

n. 1 dirigente
n. 4 funzionari
n. 5 istruttori

Metrico, Brevetti, Sanzioni, Protesti, Usi, Statistica

n. 2 dirigenti
n. 8 funzionari
n. 5 istruttori

**PROMOZIONE
ECONOMICA (D) - Funzione D**

Iniziative di promozione economica e Contributi

n. 2 dirigenti – capi area

n. 3 funzionari

n. 5 istruttori

Indicatori e modelli di benchmark nel medio periodo

A fronte degli indirizzi del D. Lgs. n. 150/2009 si sono individuati una serie di “indicatori” di medio periodo che verranno utilizzati nel 2018 per monitorare e misurare la qualità complessiva dell’ente sotto il profilo della sua “salute organizzativa” e sotto quello dei servizi percepiti dall’utenza.

A questo tipo di indicatori di medio periodo, che si aggiungono ai singoli obiettivi di risultato/performance definiti di anno in anno, derivanti dagli indirizzi generali degli organi politici e dalla conseguente programmazione pluriennale, la Camera di Commercio ha avviato un percorso che consentirà di continuare ad applicare sistemi e metodologie di misurazione e valutazione dell’ente, delle sue unità organizzative, del personale che vi lavora.

L’intenzione è però anche quella di sviluppare, attraverso un percorso di miglioramento continuo, la qualità e l’impostazione degli indicatori, per rendere sempre più trasparente e misurabile quanto viene programmato e realizzato dall’Ente camerale.

Gli indicatori di medio periodo sono 10 e rappresentano un punto di partenza per misurare i caratteri più generali dell’efficacia organizzativa dell’Ente e la qualità di quanto fa per l’utenza. Un monitoraggio costante nel tempo, per garantire che “la Camera funziona bene e offre servizi qualitativamente elevati”.

Per **indicatori di “salute organizzativa”** si intendono quelli che permettono di misurare il buon andamento della Camera di Commercio sotto il profilo economico e gestionale. Sono cinque indicatori con i quali si vuole verificare nel tempo il rapporto fra costi del personale e proventi correnti, l’andamento complessivo di bilancio, l’assenteismo del personale, l’andamento del processo di riscossione del “diritto annuale”. Si tratta di cifre che consentono di capire – come per le aziende private – quale sia l’aspetto gestionale ed economico-finanziario dell’organizzazione.

CINQUE INDICATORI DI SALUTE ORGANIZZATIVA	PRE-REQUISITO TARGET
1. INDICATORE ECONOMICO FINANZIARIO DI RIGIDITÀ	< 80%
2. INDICATORE DI EQUILIBRIO ECONOMICO FINANZIARIO	< 37
3. INDICE RISORSE UMANE	< 33%
4. INDICE GESTIONALE DI ASSENTEISMO COMPLESSIVO	< 9%
5. INDICE DI RISCOSSIONE DIRITTO ANNUALE	> 60%

1. Indice economico di rigidità. Prerequisito: < 80%

Misura il rapporto percentuale tra gli oneri correnti¹ sui proventi correnti

2. *Indice di equilibrio economico riproporzionato sul totale dei costi del personale a tempo indeterminato, determinato e somministrato. Prerequisito: < 37*

Risulta dalla somma tra l'indice di equilibrio economico-strutturale (rappresentato dal rapporto percentuale tra costi per il personale e proventi correnti) e l'indice di equilibrio dimensionale (definito nel rapporto assoluto tra il numero dei dipendenti in servizio, per mille, e il numero delle imprese attive iscritte al registro imprese)².

3. *Indice "risorse umane". Prerequisito: < 33%*

Misura il rapporto percentuale del totale dei costi del personale (a tempo indeterminato, determinato e somministrato) sui proventi correnti. Esprime un aspetto particolare del precedente indice di equilibrio economico .

4. *Indice "gestionale" di assenteismo complessivo. Prerequisito: < 9%*

È calcolato considerando tutti i tipi di assenza, riferite all'anno precedente la misurazione, dovute a scelte o richieste del dipendente autorizzate, come previsto dalle disposizioni contrattuali o dalla legge³.

5. *Indice di riscossione del diritto annuale. Prerequisito: >60%*

Esprime il tasso di pagamento spontaneo del diritto annuale, con esclusione di annualità pregresse, da parte del tessuto imprenditoriale del territorio.

Nella tabella e nel grafico seguenti sono evidenziati gli indicatori economici in una scala da 0 a 5, all'interno della quale tutti i prerequisiti, si collocano al livello 3.

	Indicatori di "salute organizzativa" 2018 Prerequisiti						
	0	1	2	3	4	5	Pre-requisito
Rigidità	>90%	tra 90% e >85%	tra 85% e >80%	tra 80% e >65%	tra 65% e >50%	≤50%	3
Equilibrio economico	>47	tra 47 e >42	tra 42 e >37	tra 37 e >30	tra 30 e >25	≤25	3
Risorse umane	>40%	tra 40% e >35	tra 35% e >33%	tra 33% e >25%	tra 25% e >20%	≤20%	3
Assenteismo	>13%	tra 13% e >11%	tra 11% e >9%	tra 9% e >7%	tra 7% e >5%	≤5%	3

1 al netto degli interventi economici, delle quote associative non comprese negli interventi economici e degli ammortamenti e accantonamenti, questi ultimi se diversi dalla quota parte riferibile al diritto annuale.

2 Il dettaglio dei costi del personale è così composto: retribuzione ordinaria; retribuzione straordinaria; indennità varie (comprese indennità di trasferta fino al 2010); retribuzione accessoria al netto dei riutilizzi anni precedenti; oneri previdenziali ed assistenziali; altre spese per il personale; buoni pasto; spese per la formazione del personale; interventi assistenziali; borse di studio; spese personale distaccato; rimborso personale comandato da altri enti; cofinanziamento titoli di viaggio. In base alla circolare 3612/C del 26.07.2007 del Ministero dello Sviluppo Economico il nuovo piano dei conti per le Camere di Commercio prevede che le spese della formazione e quelle per i buoni pasto vengano considerate spese per prestazioni di servizi e non altri costi del personale. Per raffrontabilità dei dati nel tempo vengono comunque inserite per il calcolo di tale indicatore.

3 Le assenze "obbligatorie" (ferie e periodi di congedo maternità) non sono considerate nel calcolo dei tassi d'assenza perché, non consentendo al dipendente la facoltà di decidere se assentarsi o meno, non individuano "situazioni patologiche organizzative", ma rappresentano un valore tutelato dalla legge. È inoltre considerata l'assenza per malattia, in quanto, pur non essendo "a scelta" del dipendente, è storicamente importante ai fini della determinazione degli indici di assenteismo.

Riscossione diritto annuale	<40%	tra 40% e <50%	tra 50% e <60%	tra 60% e <70%	tra 70% e <80%	≥80%	3
-----------------------------	------	----------------	----------------	----------------	----------------	------	---

Gli altri cinque indicatori di medio periodo identificano alcuni parametri di qualità del servizio offerto dalla Camera di Commercio all'utenza. Si tratta, in altre parole, di individuare alcuni "livelli di qualità" che l'Ente s'impegna a raggiungere - e a migliorare nel tempo - per soddisfare le esigenze della propria utenza rispetto ad alcune tipologie di servizi: quelli delle Aree "Anagrafico-Certificativa", "Promozione" e "Supporto Interno".

Un primo indicatore fa riferimento ai tempi d'attesa presso lo sportello Infocenter della sede principale di Catania, presso la quale si registra il maggior afflusso di pubblico delle tre sedi, per cui ci si impegna a un tempo massimo di attesa di 20 minuti. Un secondo indicatore misura i tempi di evasione delle pratiche del Registro Imprese, che non devono essere superiori a 5 giorni nei casi di iscrizione a efficacia costitutiva.

L'Ente poi si pone l'obiettivo che i tempi medi di pagamento delle fatture di acquisto di beni e servizi siano inferiori a 30 giorni.

Un quarto indicatore misura il livello di soddisfazione dell'utenza di tutti i servizi forniti dall'Area Promozione: qui l'obiettivo è quello di raggiungere un livello di piena soddisfazione pari almeno all'80%.

Infine un quinto indicatore fa riferimento al grado di soddisfazione dell'utenza sui servizi di metrologia erogati dall'Ente camerale.

CINQUE INDICATORI DI QUALITA' DEI SERVIZI PRE-REQUISITO TARGET	PRE-REQUISITO TARGET
1. TEMPI DI ATTESA DELL'UTENZA DEL SERVIZIO INFOCENTER SEDE CATANIA	20 MINUTI
2. TEMPI DI EVASIONE DELLE PRATICHE NELLE FASI DI ACCETTAZIONE E CONTROLLO R.I. DELLE SOCIETA'	5 GIORNI
3. TEMPI MEDI DI PAGAMENTO DELLE FATTURE DI ACQUISTO DI BENI E SERVIZI	30 GIORNI
4. % DI SODDISFAZIONE DELL'UTENZA SUI SERVIZI DELL'AREA PROMOZIONE	80%
5. % DI SODDISFAZIONE DELL'UTENZA SUI SERVIZI DI METROLOGIA EROGATI DALL'ENTE CAMERALE	80%

1. Tempi di attesa dell'utenza del servizio Infocenter. Prerequisito: 20 minuti

Misura il tempo medio di attesa degli utenti del servizio Infocenter – sede Catania ed è calcolato sul ritiro del numero presso il dispositivo "elimina code" all'accoglienza allo sportello.

2. Tempi di evasione delle pratiche nelle fasi di accettazione e controllo del Registro imprese con iscrizione ad efficacia costitutiva. Prerequisito: 5 giorni

Misura il tempo medio impiegato nella fase di accettazione e controllo da parte del Registro imprese, Area Anagrafico-Certificativa, per elaborare le pratiche la cui iscrizione nel Registro imprese produce direttamente i relativi effetti giuridici.

3. Tempi medi di pagamento delle fatture di acquisto di beni e servizi. Prerequisito: 30

giorni

Misura i tempi di pagamento delle fatture di acquisto di beni e servizi, depurati dalle fasi di registrazione e di acquisizione di dichiarazioni di regolarità contributiva.

4. *Percentuale di soddisfazione dell'utenza sui servizi dell'Area Promozione. Prerequisito: 80%*

Misura il grado di soddisfazione dell'utenza sui servizi erogati dall'Area, ed è misurata con rilevazioni periodiche sulla partecipazione delle imprese ai singoli eventi.

5. *Percentuale di soddisfazione dell'utenza sui servizi di metrologia erogati dall'Ente camerale* Misura il grado di soddisfazione dell'utenza sui servizi di metrologia legale erogati. Prerequisito: 80%.

Nella tabella e nel grafico seguenti sono dunque evidenziati gli indicatori sulla qualità del servizio, relativi alle già citate attività amministrative, promozionali e di tutela del mercato. Anche in questo caso gli indicatori sono evidenziati in una scala da 0 a 5, dove si articolano i valori dei prerequisiti.

	Indicatori di "qualità del servizio" 2018 - Prerequisiti						
	0	1	2	3	4	5	Pre-requisito
Tempi di attesa dell'utenza del servizio Infocenter	>30	tra 30 e >25	tra 25 e >20	tra 20e >15	tra 15 e >10	≤10%	3
Tempi di evasione delle pratiche fasi di accettazione e controllo R.I. delle società	>8gg	tra 8gg e >7gg	tra 7gg e >6gg	tra 6gg e >5gg	tra 5gg e >4gg	≤4gg	3
Tempi medi di pagamento delle fatture di acquisto di beni e servizi	>40g g	tra 35gg e 40gg	tra 30gg e 35gg	tra 30gg e 25gg	tra 25gg e 20gg	≤20gg	3
Percentuale di soddisfazione dell'utenza sui servizi dell'Area Promozione	>55%	tra 55% e >65%	tra 65% e >70%	tra 70% e >80%	tra 80% e >90%	≤90%	3
Percentuale di soddisfazione dell'utenza sui servizi di metrologia legale erogati dall'Ente camerale	>55%	tra 55% e >65%	tra 65% e >70%	tra 70% e >80%	tra 80% e >90%	≤90%	3

Questo tipo di indicatori ha anche l'obiettivo di confrontare e misurare nel tempo l'andamento dell'ente rispetto sia ai propri risultati ottenuti nel corso degli anni sia ai risultati conseguiti da altri enti e aziende, pubblici e privati. Il confronto (benchmark) fa parte da tempo del modello di gestione camerale; la formalizzazione del benchmark su questi temi è dunque un'ulteriore

evoluzione di tale modello che consente una maggiore apertura a verifiche e paragoni con altre realtà a cui la Camera di Commercio guarda per sviluppare continue opportunità di miglioramento dei servizi già offerti o da fornire.

La Camera di Commercio, in sede di approvazione del bilancio preventivo 2018 (deliberazione Consiglio Camerale n. 6 del 28 febbraio 2018), 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 richiama:

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

Livello di soddisfazione (customer satisfaction): Un valore percentuale pari o superiore all' 80% indica un gradimento complessivo dei servizi camerali.

Grado di rispetto dello standard di 30 giorni per il pagamento della fatture passive.

Indicatori obiettivi 1.2

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-Garantire la concorrenza nei mercati

2.2-Accompagnare e tutelare le imprese nel rilancio competitivo e nell'espansione all'estero

2.3-Promuovere la regolazione del mercato

Indicatori obiettivi 2.1

- Diffusione delle visite metrologiche di controllo sul tessuto economico provinciale: la diffusione delle visite metrologiche di controllo si misura mettendo in relazione il numero delle visite con il numero delle imprese iscritte alla banca dati metrologica (un valore prossimo ad 1 evidenzia che tutti gli utenti metrici sono stati verificati).
- Sviluppo temporale del numero di visite ispettive effettuate dalla Camera di Commercio 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

- 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 2.3

- 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

- 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.
- 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.
- 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.
- 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

- 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.
- 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.
- 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.
- 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.