

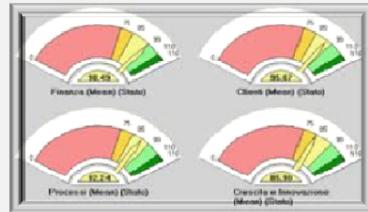
Mappa strategica

"La Camera di commercio di Salerno è un ente autonomo che svolge funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese locali e promuove lo sviluppo economico del territorio provinciale. In qualità di "casa delle imprese e dello sviluppo", favorisce l'espansione delle attività imprenditoriali sul mercato nazionale e internazionale, promuove la crescita del tessuto economico territoriale e offre servizi volti alla tutela dei diritti soggettivi"



CRUSCOTTO DIREZIONALE 2012-2014

Cruscotto sintetico 2012-2014



Cruscotto analitico 2012-2014



Caricamento dati (clicca sul periodo di riferimento)

Anno 2012	Anno 2013	Anno 2014
I semestre	I quadrimestre	I quadrimestre
II semestre	II quadrimestre	II quadrimestre
III quadrimestre	III quadrimestre	III quadrimestre

Cruscotto Pluriennale 2012-2014



UTENTI

			Stato avanzamento 2012	Stato avanzamento 2013	Stato avanzamento 2014	Range di valutazione	
OBIETTIVO STRATEGICO	2.1	Essere il punto di riferimento per il territorio su tutti gli aspetti inerenti la tutela del mercato a garanzia della trasparenza nei confronti di imprese e consumatori	0%	0%	0%	50%	80%
OBIETTIVO STRATEGICO	3.1	Migliorare il rapporto banca-impresa attraverso il sostegno al credito	0%	0%	0%	50%	80%
OBIETTIVO STRATEGICO	4.1	Orientare e assistere le imprese nei processi di internazionalizzazione	0%	0%	0%	50%	80%
OBIETTIVO STRATEGICO	4.2	Favorire la creazione di un Sistema integrato ("SalernoSI")	0%	0%	0%	50%	80%
OBIETTIVO STRATEGICO	5.1	Promuovere il capitale umano e favorire l'equilibrio del mercato del lavoro	0%	0%	0%	50%	80%
OBIETTIVO STRATEGICO	5.2	Ridurre le barriere all'ingresso nel sistema economico locale	0%	0%	0%	50%	80%
OBIETTIVO STRATEGICO	5.3	Promuovere la cultura d'impresa al femminile per superare le discriminazioni di genere	0%	0%	0%	50%	80%
OBIETTIVO STRATEGICO	6.1	Diversificare l'offerta turistica e monitorare il trend del settore turistico in provincia di Salerno	0%	0%	0%	50%	80%
OBIETTIVO STRATEGICO	6.2	Aumentare l'attrattività turistica del territorio	0%	0%	0%	50%	80%
OBIETTIVO STRATEGICO	6.3	Destagionalizzare i flussi turistici	0%	0%	0%	50%	80%
OBIETTIVO STRATEGICO	7.1	Promuovere e monitorare progetti infrastrutturali	0%	0%	0%	50%	80%
OBIETTIVO STRATEGICO	8.1	Aumentare l'interazione tra il mondo della ricerca e quello della produzione	0%	0%	0%	50%	80%
OBIETTIVO STRATEGICO	8.2	Aumentare la capacità di innovazione delle imprese	0%	0%	0%	50%	80%



PROCESSI INTERNI

			Stato avanzamento 2012	Stato avanzamento 2013	Stato avanzamento 2014	Range di valutazione	
OBIETTIVO STRATEGICO	1.2	Riduzione dei tempi dell'azione amministrativa	0%	0%	0%	50%	80%
OBIETTIVO STRATEGICO	1.3	Potenziare l'informazione economico-statistica per le imprese, gli stakeholders e i policy makers	0%	0%	0%	50%	80%



INNOVAZIONE - CRESCITA - APPRENDIMENTO

			Stato avanzamento 2012	Stato avanzamento 2013	Stato avanzamento 2014	Range di valutazione	
OBIETTIVO STRATEGICO	1.1	Riduzione dei costi della burocrazia innovando l'erogazione dei servizi	0%	0%	0%	50%	80%
OBIETTIVO STRATEGICO	1.4	Aumentare il livello di informazione e trasparenza percepito dall'utenza	0%	0%	0%	50%	80%
OBIETTIVO STRATEGICO	1.6	Adeguare le logiche organizzative all'innovazione (Promuovere il benessere organizzativo e la formazione delle Risorse umane)	0%	0%	0%	50%	80%
OBIETTIVO STRATEGICO	1.7	Implementare il ciclo della performance per garantire l'efficacia dell'azione camerale	0%	0%	0%	50%	80%



ECONOMICO - FINANZIARIA

			Stato avanzamento 2012	Stato avanzamento 2013	Stato avanzamento 2014	Range di valutazione	
OBIETTIVO STRATEGICO	1.5	Garantire la sostenibilità degli investimenti e la pianificazione finanziaria	0%	0%	0%	50%	80%



UTENTI

				Stato avanzamento 2012			Stato avanzamento 2013			Stato avanzamento 2014			Range di valutazione		
OBIETTIVO STRATEGICO	2.1	Essere il punto di riferimento per il territorio su tutti gli aspetti inerenti la tutela del mercato a garanzia della trasparenza nei confronti di imprese e consumatori		0%			0%			0%			50%	80%	
PROGRAMMA	2.1	A	Sviluppare attività di assistenza nei confronti delle imprese (informazione mirata e preventiva)												
	2.1	B	Promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti a maggiore diffusione commerciale												
	2.1	C	Effettuare attività di informazione a tutela dei consumatori e utenti su tematiche di prioritario interesse												
	2.1	D	Promozione della conoscenza degli strumenti della conciliazione e dell'arbitrato												
MISURAZIONE	COD.	VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione		
	2.1	1	Riduzione delle non conformità in seguito all'attività di analisi svolta	N. sanzioni emesse a seguito dell'attività di analisi svolta nell'anno T/N. sanzioni emesse a seguito dell'attività di analisi svolta nell'anno T-1	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	50%	80%
	2.1	2	Riduzione delle segnalazioni di non conformità alle autorità giudiziarie	N. segnalazioni di non-conformità rispetto alle verifiche effettuate alle Autorità giudiziarie nell'anno T/N. segnalazioni di non-conformità rispetto alle verifiche effettuate alle Autorità giudiziarie nell'anno T-1	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	50%	80%
	2.1	3	Realizzazione di un seminario annuale sulla marcatura dei prodotti	Rispetto delle scadenze stabilite per la realizzazione del seminario sulla marcatura dei prodotti	00/01/1900	30/06/2012	0%	00/01/1900	30/06/2013	0%	00/01/1900	30/06/2014	0%	50%	80%
	2.1	4	Presenza di mediatori e conciliatori nel territorio	N. conciliatori / mediatori che hanno partecipato alle giornate di formazione e aggiornamento	0	20	0%	0	60	0%	0	60	0%	50%	80%
	2.1	5	Aumento della richiesta di conciliazioni e mediazioni	N. conciliazioni e mediazioni realizzate nell'anno T/N. conciliazioni (350) e mediazioni realizzate nell'anno T-1	0,00	1,00	0%	0,00	1,15	0%	0,00	1,15	0%	50%	80%

				Stato avanzamento 2012			Stato avanzamento 2013			Stato avanzamento 2014			Range di valutazione		
OBIETTIVO STRATEGICO	3.1	Migliorare il rapporto banca-impresa attraverso il sostegno al credito		0%			0%			0%			50%	80%	
PROGRAMMA	3.1	A	Migliorare il monitoraggio del sistema finanziario locale per favorire l'accesso al credito per le imprese attraverso il sistema Confidi												
	3.1	B	Abbattere il costo dei finanziamenti bancari												
	3.1	C	Migliorare il rapporto banca-impresa												
	3.1	D	Favorire l'accesso al credito delle donne imprenditrici 												
MISURAZIONE	COD.	VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione		
	3.1	1	Grado di utilizzo delle risorse destinate al sostegno al credito	Importo erogato per il sostegno al credito / importo stanziato per il sostegno al credito	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%	50%	80%
	3.1	2	Istituzione dell'Osservatorio sul credito	Rispetto della scadenza di istituzione dell'Osservatorio sul credito	00/01/1900	31/12/2012	0%	00/01/1900	00/01/1900	0%	00/01/1900	00/01/1900	0%	50%	80%
	3.1	3	Livello di utilizzo del servizio informativo sulle opportunità di finanziamento	N. contatti al servizio informativo rivolto alle imprese sulle opportunità di finanziamento bancarie e non	0	500	0%	0	1000	0%	0	1500	0%	50%	80%
	3.1	4	Aumento delle imprese che accedono al credito attraverso il sostegno della Camera	N. imprese beneficiarie di contributi per l'abbattimento dei tassi di interesse nell'anno T/N. imprese beneficiarie di contributi per l'abbattimento dei tassi di interesse nell'anno T-1	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	50%	80%
	3.1	5	% di contributi concessi a donne imprenditrici	Importo finanziamenti ottenuti da imprenditrici / Contributi della Camera ai Confidi	0,00	19%	0%	0,00	19%	0%	0,00	19%	0%	50%	80%
3.1	6	Affluenza dei consulenti ai servizi camerali sulle opportunità di finanziamento	N. consulenti che hanno usufruito del servizio informativo della Camera sulle opportunità di finanziamento per l'imprenditoria femminile	0	50	0%	0	100	0%	0	150	0%	50%	80%	

Cruscotto Pluriennale 2012-2014

				Stato avanzamento 2012	Stato avanzamento 2013	Stato avanzamento 2014	Range di valutazione								
OBIETTIVO STRATEGICO	4.1	Orientare e assistere le imprese nei processi di internazionalizzazione		0%	0%	0%	50%	80%							
PROGRAMMA	4.1	A	Promozione dell'internazionalizzazione delle imprese tramite l'organizzazione di eventi di portata nazionale e internazionale												
	4.1	B	Sostegno all'internazionalizzazione attraverso concessione di contributi												
MISURAZIONE	COD.	VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione		
	4.1	1	Incremento del numero di imprese beneficiarie di contributi per la partecipazione a eventi di internazionalizzazione	N. imprese coinvolte nelle iniziative camerali di internazionalizzazione organizzate dalla Camera o Azienda speciale nell'anno T/N. imprese coinvolte nelle iniziative camerali di internazionalizzazione organizzate dalla Camera o Azienda speciale nell'anno T-1	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	50%	80%
	4.1	2	Livello di erogazione di servizi informativi sull'internazionalizzazione	N. servizi informativi erogati alle imprese	0	920	0%	0	920	0%	0	920	0%	50%	80%
	4.1	3	Incremento posizioni Italiancom	Posizioni Italiancom anno T / Posizioni Italiancom anno T-1	0,00	1,10	0%	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	50%	80%
	4.1	4	Grado di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di internazionalizzazione promosse dalla Camera o dall'Azienda speciale	Numero imprese (ricorrenze) coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione nell'anno T / Numero totale delle imprese (banca dati Italiancom) nell'anno T	0,00%	30,00%	0%	0,00%	30%	0%	0,00%	30%	0%	50%	80%
	4.1	5	Utilizzo dei servizi informativi	N. accessi ai servizi informativi	0	1500	0%	0	1500	0%	0	1500	0%	50%	80%
	4.1	6	Promozione dell'internazionalizzazione	N. eventi promozionali realizzati sull'internazionalizzazione	0	23	0%	0	23	0%	0	23	0%	50%	80%
	4.1	7	Servizi tecnici erogati per l'export	N. servizi tecnici erogati per l'export	0	600	0%	0	600	0%	0	600	0%	50%	80%
	4.1	8	Servizi erogati con "Invest in Salerno"	Data prevista per l'avvio delle attività progettuali	0	31/12/2012	0%	0		0%	0		0%	50%	80%
	4.1	9	% delle imprese esportatrici che ottengono finanziamenti camerali	N. imprese beneficiarie di contributi per la partecipazione a eventi di internazionalizzazione nell'anno T / N. imprese che fanno attività di export	0%	5%	0%	0%	10%	0%	0%	10%	0%	50%	80%

				Stato avanzamento 2012	Stato avanzamento 2013	Stato avanzamento 2014	Range di valutazione							
OBIETTIVO STRATEGICO	4.2	Favorire la creazione di un Sistema integrato ("SalernoSI")		0%	0%	0%	50%	80%						
PROGRAMMA	4.2	A	Valorizzare il territorio in un'ottica integrata tra turismo, commercio, artigianato, prodotti tipici e arte, consolidando le alleanze e le intese con gli altri Enti locali											
	4.2	B	Implementare un efficace approccio di marketing sui prodotti tipici locali che valorizzi prioritariamente il consumatore/turista esigente											
	4.2	C	Migliorare la comunicazione istituzionale											
	4.2	D	Posizionare il territorio nel circuito del turismo congressuale e d'affari											
MISURAZIONE	COD.	VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione	
	4.2	1	Diffusione delle pubblicazioni istituzionali	N. pubblicazioni istituzionali vendute	0	3000	0%	0	3000	0%	0	3000	0%	50%
4.2	2	Livello di sviluppo del turismo congressuale presso il "Business Meeting & Convention Center"	N. di eventi realizzati presso il "Business Meeting & Convention Center" organizzati dall'Azienda speciale	0	48	0%	0	48	0%	0	48	0%	50%	80%

Cruscotto Pluriennale 2012-2014

				Stato avanzamento 2012	Stato avanzamento 2013	Stato avanzamento 2014	Range di valutazione								
OBIETTIVO STRATEGICO	5.1	Promuovere il capitale umano e favorire l'equilibrio del mercato del lavoro		0%	0%	0%	50%	80%							
PROGRAMMA	5.1	A	Favorire l'apprendimento lungo tutto l'arco della vita												
	5.1	B	Favorire l'equilibrio attuale e futuro del mercato del lavoro												
MISURAZIONE	COD.	VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione		
	5.1	1	Grado di partecipazione ai seminari di aggiornamento professionale per imprenditori e dipendenti	N. partecipanti ai seminari di aggiornamento professionale per imprenditori e dipendenti anno T	0	250	0%	0	300	0%	0	350	0%	50%	80%
	5.1	2	Attività promosse dalla Camera per aggiornamenti professionali	N. corsi/seminari di aggiornamento professionale realizzati	0	20	0%	0	25	0%	0	30	0%	50%	80%

				Stato avanzamento 2012	Stato avanzamento 2013	Stato avanzamento 2014	Range di valutazione							
OBIETTIVO STRATEGICO	5.2	Ridurre le barriere all'ingresso nel sistema economico locale		0%	0%	0%	50%	80%						
PROGRAMMA	5.2	A	Sostegno all'iniziativa imprenditoriale											
MISURAZIONE	COD.	VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione	
	5.2	1	Impegno dell'Azienda speciale Polaris a favore delle imprese	N. iniziative formative realizzate nell'anno	0	10	0%	0	10	0%	0	10	0%	50%

				Stato avanzamento 2012	Stato avanzamento 2013	Stato avanzamento 2014	Range di valutazione								
OBIETTIVO STRATEGICO	5.3	Promuovere la cultura d'impresa al femminile per superare le discriminazioni di genere 		0%	0%	0%	50%	80%							
PROGRAMMA	5.3	A	Aumentare la qualificazione delle donne che fanno impresa sul territorio												
	5.3	B	Garantire servizi di consulenza specialistica e qualificata per favorire la nascita e lo sviluppo di imprese femminili												
	5.3	C	Accrescere il livello di informazione e conoscenza del mondo imprenditoriale femminile												
MISURAZIONE	COD.	VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione		
	5.3	1	Grado di adesione delle donne imprenditrici a corsi di formazione 	N. donne imprenditrici partecipanti nei percorsi formativi organizzati dalla Camera	0	15	0%	0	15	0%	0	15	0%	50%	80%
	5.3	2	Diffusione della cultura d'impresa al femminile 	N. campagne di comunicazione per promuovere la cultura d'impresa al femminile	0	3	0%	0	4	0%	0	4	0%	50%	80%
	5.3	3	Affluenza ai seminari sull'imprenditoria femminile 	N. partecipanti ai Seminari per la promozione dell'imprenditoria femminile	0	140	0%	0	140	0%	0	140	0%	50%	80%

Cruscotto Pluriennale 2012-2014

				Stato avanzamento 2012	Stato avanzamento 2013	Stato avanzamento 2014	Range di valutazione								
OBIETTIVO STRATEGICO	6.1	Diversificare l'offerta turistica e monitorare il trend del settore turistico in provincia di Salerno		0%	0%	0%	50%	80%							
PROGRAMMA	6.1	A	Ricognizione delle eccellenze turistiche sul territorio: verificare il livello dei servizi e della ricettività sul territorio												
	6.1	B	Valorizzare l'immagine turistica salernitana e dei segmenti turistici presenti sul territorio												
MISURAZIONE	COD.		VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione	
	6.1	1	Monitoraggio del settore turismo	Costituzione dell'Osservatorio sul turismo	00/01/1900	30/09/2012	0%	00/01/1900		0%	00/01/1900		0%	50%	80%

				Stato avanzamento 2012	Stato avanzamento 2013	Stato avanzamento 2014	Range di valutazione								
OBIETTIVO STRATEGICO	6.2	Aumentare l'attrattività turistica del territorio		0%	0%	0%	50%	80%							
PROGRAMMA	6.2	A	Organizzare collettive camerali in seno a manifestazioni fieristiche di settore in Italia e all'estero												
	6.2	B	Sostenere eventi e manifestazioni organizzate da soggetti terzi sul territorio provinciale												
	6.2	C	Organizzare eventi sul territorio capaci di promuovere l'ampliamento dell'offerta turistica salernitana												
MISURAZIONE	COD.		VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione	
	6.2	1	Livello di coinvolgimento delle imprese alle iniziative camerali sul turismo	N. imprese turistiche salernitane che partecipano alle iniziative turistiche	0	42	0%	0	42	0%	0	42	0%	50%	80%
	6.2	2	Grado di utilizzo dei contributi stanziati per manifestazioni di attrazione turistica	Contributi erogati per manifestazioni di attrazione turistica / Totale contributi stanziati	0%	80%	0%	0%	80%	0%	0%	80%	0%	50%	80%

Cruscotto Pluriennale 2012-2014

				Stato avanzamento 2012			Stato avanzamento 2013			Stato avanzamento 2014			Range di valutazione		
OBIETTIVO STRATEGICO	6.3	Destagionalizzare i flussi turistici		0%			0%			0%			50%	80%	
PROGRAMMA	6.3	A	Erogare incentivi a TO nazionali ed esteri												
MISURAZIONE	COD.		VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione	
	6.3	1	Aumento dei flussi turistici	Flussi turistici anno T/ Flussi turistici anno T-1	0,00	0,50	0%	0	1	0%	0	1	0%	50%	80%
	6.3	2	Sostegno della Camera al turismo in bassa stagione	Contributi erogati nell'anno T / Contributi erogati nell'anno T-1	0,000	0,50	0%	0,000	1	0%	0,000	1	0%	50%	80%

				Stato avanzamento 2012			Stato avanzamento 2013			Stato avanzamento 2014			Range di valutazione		
OBIETTIVO STRATEGICO	7.1	Promuovere e monitorare progetti infrastrutturali		0%			0%			0%			50%	80%	
PROGRAMMA	7.1	A	Progetto scalo aeroportuale												
	7.1	B	Sostenere la riqualificazione di aree industriali e portuali												
	7.1	C	Realizzazione di interventi di trasformazione urbana e riqualificazione sulla fascia costiera a sud del comune di Salerno												
MISURAZIONE	COD.		VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione	
	7.1	1	Rilascio concessione di gestione totale dell'area aeroportuale	Data prevista per il rilascio	00/01/1900	31/12/2012	0%	0		0%	0		0%	50%	80%
	7.1	2	Interventi previsti per lo sviluppo dell'area aeroportuale	Data approvazione progetto definitivo ampliamento Infrastrutturale, data presentazione piano di sviluppo aeroportuale e avvio procedura VIA	00/01/1900	31/12/2012	0%	0		0%	0		0%	50%	80%
	7.1	3	Sviluppo turistico della fascia litoranea tra il comune di Salerno ed il comune di Capaccio	Data di costituzione di una società di trasformazione urbana	00/01/1900	31/12/2012	0%	0		0%	0		0%	50%	80%

				Stato avanzamento 2012			Stato avanzamento 2013			Stato avanzamento 2014			Range di valutazione		
OBIETTIVO STRATEGICO	8.1	Aumentare l'interazione tra il mondo della ricerca e quello della produzione		0%			0%			0%			50%	80%	
PROGRAMMA	8.1	A	Promuovere spin off accademici e da ricerca												
	8.1	B	Creare un tavolo di confronto tra gli attori istituzionali del mondo della ricerca e quello della produzione												
MISURAZIONE	COD.		VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione	
	8.1	1	Confronto con il mondo accademico	Spin off realizzati	0	5	0%	0	5	0%	0	5	0%	50%	80%
	8.1	2	Protocollo per la competitività del sistema Salerno UNISA	Avvio attività di cui al protocollo CCIAA - UNISA	00/01/1900	31/12/2012	0%	0		0%	0		0%	50%	80%

Cruscotto Pluriennale 2012-2014

				Stato avanzamento 2012			Stato avanzamento 2013			Stato avanzamento 2014			Range di valutazione			
OBIETTIVO STRATEGICO	8.2	Aumentare la capacità di innovazione delle imprese		0%			0%			0%			50%	80%		
PROGRAMMA	8.2	A	Predisposizione di servizi di informazione, assistenza e formazione capaci di stimolare comportamenti aziendali di tipo innovativo													
MISURAZIONE	COD.	VALENZA INDICATORE		INDICATORE		Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione	
	8.2	1	Sostegno all'innovazione	N. iniziative realizzate nell'anno T		0	25	0%	0	25	0%	0	25	0%	50%	80%
	8.2	2	Attivazione sportello per l'innovazione	data costituzione sportello per l'innovazione		00/01/1900	31/12/2012	0%	0		0%	0		0%	50%	80%



PROCESSI INTERNI

				Stato avanzamento 2012	Stato avanzamento 2013	Stato avanzamento 2014	Range di valutazione								
OBIETTIVO STRATEGICO	1.2	Riduzione dei tempi dell'azione amministrativa		0%	0%	0%	50%	80%							
PROGRAMMA	1.2	A	Dematerializzazione dei flussi cartacei												
	1.2	B	Riduzione dei tempi di lavorazione delle pratiche della comunicazione unica presentate al Registro imprese												
MISURAZIONE	COD.	VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione		
	1.2	1	Tempestività di pagamento delle fatture passive (indicatore Pareto)	Tempi medi di pagamento delle fatture: \sum gg intercorrenti tra la data di arrivo della fattura e la data di mandato di pagamento / N. fatture passive ricevute e pagate (gg)	0	30	0%	0	30	0%	0	30	0%	50%	80%
	1.2	2	Livello di impiego della procedura informatica per la liquidazione delle fatture	N. fatture liquidate attraverso la procedura informatica nell'anno T / Totale fatture liquidate nell'anno T	0%	60%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%	50%	80%
	1.2	3	Graduale sostituzione della documentazione cartacea con quella informatica	Documentazione informatica prodotta e archiviata/Totale documentazione prodotta e archiviata	0%	40%	0%	0%	60%	0%	0%	100%	0%	50%	80%
	1.2	4	Grado di utilizzo della pec nelle comunicazioni interne	N. comunicazioni interne trasmesse tramite PEC/N. totale delle comunicazioni interne trasmesse	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%	50%	80%
	1.2	5	Grado di utilizzo della pec nelle comunicazioni verso l'esterno	N. comunicazioni trasmesse all'esterno tramite PEC/N. totale delle comunicazioni trasmesse all'esterno	0%	20%	0%	0%	60%	0%	0%	100%	0%	50%	80%
	1.2	6	Percentuale di pubblicazione on line dei provvedimenti approvati	N. provvedimenti approvati nell'anno (determine e delibere giunta e consiglio) e pubblicati on-line/N. provvedimenti approvati nell'anno (determine e delibere giunta e consiglio)	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%	50%	80%
	1.2	7	Tempestività di lavorazione delle pratiche del Registro Imprese senza sospensioni (indicatore Pareto)	Tempi medi di lavorazione delle pratiche RI (gg)	0	4	0%	0	4	0%	0	4	0%	50%	80%
	1.2	8	Tempestività di lavorazione delle pratiche del Registro Imprese con almeno 1 sospensione (indicatore Pareto)	Tempi medi di lavorazione delle pratiche RI (gg)	0	27	0%	0	26	0%	0	25	0%	50%	80%
	1.2	9	Efficacia nella lavorazione delle pratiche del Registro Imprese (indicatore Pareto)	N. pratiche lavorate entro 5 gg / N. totale delle pratiche lavorate	0%	33%	0%	0%	33%	0%	0%	33%	0%	50%	80%
1.2	10	Percentuale di sospensione delle pratiche del RI (indicatore Pareto)	N. pratiche con almeno una sospensione / Totale pratiche RI	0,00%	19,50%	0%	0,00%	19,00%	0%	0,00%	18,50%	0%	50%	80%	

Cruscotto Pluriennale 2012-2014

				Stato avanzamento 2012	Stato avanzamento 2013	Stato avanzamento 2014	Range di valutazione								
OBIETTIVO STRATEGICO	1.3	Potenziare l'informazione economico-statistica per le imprese, gli stakeholders e i policy makers		0%	0%	0%	50%	80%							
PROGRAMMA	1.3	A	Valorizzazione del patrimonio informativo camerale costituito dal Registro delle imprese e da banche dati gestite dall'Ente e dalle Aziende speciali												
	1.3	B	Potenziare le attività di monitoraggio realizzate dall'Osservatorio economico e statistico e sistematizzare l'informazione statistica per ridurre il gap fra rilevazione e diffusione dei dati												
	1.3	C	Creare momenti di confronto e informazione pubblica in collaborazione con partner istituzionali e del sistema camerale												
	1.3	D	Realizzare analisi ambientali e di settore per fornire informazioni mirate alle imprese												
MISURAZIONE	COD.	VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione		
	1.3	1	Livello di procedimenti di cancellazione avviati nell'anno	N. procedimenti di cancellazione avviati nell'anno T/N. procedimenti di cancellazione da avviare	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%	50%	80%
	1.3	2	Grado di pulizia del RI	N. cancellazioni effettuate /N. cancellazioni da effettuare	0%	64%	0%	0%	65%	0%	0%	66%	0%	50%	80%
	1.3	3	Realizzazione di indagine congiunturali	N. indagini su specifici temi realizzate nell'anno (credito, costruzioni, mercato del lavoro, energia)	0	2	0%	0	3	0%	0	4	0%	50%	80%
	1.3	4	Grado di divulgazione dei documenti statistici prodotti tramite il canale Starnet	N. documenti statistici prodotti e pubblicati sul portale e sito nell'anno T /N. documenti statistici prodotti nell'anno T	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%	50%	80%
	1.3	5	Grado di affluenza alla Biblioteca camerale	N. utenti che accedono alla Biblioteca nell'anno T / N. utenti che accedono alla Biblioteca nell'anno T-1	0,00	1,20	0%	0,00	1,20	0%	0,00	1,20	0%	50%	80%
	1.3	6	Realizzazione eventi di divulgazione economica	N. eventi realizzati	0	3	0%	0	4	0%	0	5	0%	50%	80%



INNOVAZIONE - CRESCITA - APPRENDIMENTO

				Stato avanzamento 2012			Stato avanzamento 2013			Stato avanzamento 2014			Range di valutazione		
OBIETTIVO STRATEGICO	1.1	Riduzione dei costi della burocrazia innovando l'erogazione dei servizi		0%			0%			0%			50%	80%	
INIZIATIVA	1.1	A	Diffusione sul territorio dei servizi camerali attraverso l'ICT e rete di sportelli												
	1.1	B	Promuovere l'utilizzo di servizi innovativi												
	1.1	C	Informatizzazione dei servizi e impiego sistematico delle tecnologie ICT												
MISURAZIONE	COD.	VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione		
	1.1	1	Grado di diffusione degli sportelli Telemaco sul territorio salernitano	N. sportelli virtuali TELEMACO anno T / N. sportelli virtuali TELEMACO anno T-1	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	50%	80%
	1.1	2	Livello di diffusione dei servizi anagrafico-certificativi a distanza	N. Convenzioni sottoscritte	0	4	0%	0	8	0%	0	12	0%	50%	80%
	1.1	3	Grado di diffusione del SUAP	N. comuni in delega per il Suap anno T/N. comuni in delega per il Suap anno T-1	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	50%	80%
	1.1	4	Livello di presenza dei servizi camerali sul territorio salernitano	N. sportelli decentrati attivati e gestiti direttamente dalla Camera di commercio nell'anno T	0	4	0%	0	4	0%	0	4	0%	50%	80%
	1.1	5	Grado di decentramento dell'attività di rilascio dei dispositivi di firma digitale presso gli sportelli decentrati	N. dispositivi di firma digitale rilasciati dagli sportelli decentrati nell'anno T/N. dispositivi di firma digitale rilasciati dalla Camera di commercio nell'anno T	0%	10%	0%	0%	15%	0%	0%	20%	0%	50%	80%
	1.1	6	Grado di decentramento dell'attività di rilascio dei certificati presso gli sportelli decentrati	N. certificati rilasciati presso sportelli decentrati nell'anno T/N. certificati rilasciati dalla sede centrale nell'anno T	0%	10%	0%	0%	15%	0%	0%	20%	0%	50%	80%
	1.1	7	Livello di presenza dei servizi camerali sul territorio salernitano	N. sportelli attivati e gestiti da Associazioni di categoria nell'anno T	0	8	0%	0	10	0%	0	10	0%	50%	80%
	1.1	8	Affluenza a corsi su nuovi servizi offerti dalla Camera	N. partecipanti ai corsi rivolti alle associazioni e professionisti	0	20	0%	0	30	0%	0	40	0%	50%	80%
	1.1	9	Livello di collaborazione con altre PA	N. protocolli di intesa sottoscritti	0	2	0%	0	2	0%	0	2	0%	50%	80%

Cruscotto Pluriennale 2012-2014

				Stato avanzamento 2012			Stato avanzamento 2013			Stato avanzamento 2014			Range di valutazione		
OBIETTIVO STRATEGICO	1.4	Aumentare il livello di informazione e trasparenza percepito dall'utenza		0%			0%			0%			50%	80%	
INIZIATIVA	1.4	A	Potenziare la comunicazione istituzionale e rendere più efficace il dialogo con il territorio												
	1.4	B	Garantire l'effettiva accountability verso l'esterno												
	1.4	C	Potenziare il ruolo dell'Ufficio Relazioni con il pubblico (URP) quale garanzia del diritto di informazione e di trasparenza e per migliorare gli standard di qualità raggiunti												
MISURAZIONE	COD.	VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione		
	1.4	1	Grado di utilizzo del sito istituzionale	N. di accessi al sito istituzionale nell'anno T / N. di accessi al sito istituzionale nell'anno T-1	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	50%	80%
	1.4	2	Grado di interesse alle informazioni presenti sul sito istituzionale in termini di durata media di permanenza sul sito	Tempo medio di permanenza sul sito anno T/ Tempo medio di permanenza sul sito anno T-1	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	50%	80%
	1.4	3	Grado di interesse dell'utenza su specifici settori	Tempo medio di permanenza su pagine del sito di specifici settori (attività) anno T/ Tempo medio di permanenza su pagine del sito di specifici settori (attività) anno T-1	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	50%	80%
	1.4	4	Attività di rappresentanza della Camera	N. eventi di rappresentanza organizzati dall'Ente nell'anno T	0	2	0%	0	1	0%	0	1	0%	50%	80%
	1.4	5	Rispetto del Piano della trasparenza	N. attività del piano della trasparenza realizzate nell'anno T/ N. attività previste per l'anno T	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%	50%	80%
	1.4	6	Livello di soddisfazione dell'utenza rilevato attraverso i reclami presentati dagli utenti	N. reclami	0	3	0%	0	0	0%	0	3	0%	50%	80%
	1.4	7	Realizzazione del CRM	N. imprese qualificate / N. imprese da qualificare	0%	60%	0%	0%	80%	0%	0%	100%	0%	50%	80%
	1.4	8	Grado di pulizia della banca dati CRM	N. mail inviate che non raggiungono il destinatario/ N. mail inviate tramite CRM	0%	15%	0%	0%	10%	0%	0%	10%	0%	50%	80%
	1.4	9	Realizzazione della Carta dei servizi	Realizzazione della Carta dei servizi			0%	00/01/1900	31/12/2013	0%			0%	50%	80%
1.4	10	Livello di soddisfazione dell'utenza rilevato attraverso indagini di customer	Livello soddisfazione dell'utenza su ciascun servizio della Camera (Indagine Customer satisfaction Prefettura) (scarso= 1; soddisfacente=2; buono=3; ottimo=4)	0	3	0%	0	3	0%	0	3	0%	50%	80%	

				Stato avanzamento 2012			Stato avanzamento 2013			Stato avanzamento 2014			Range di valutazione		
OBIETTIVO STRATEGICO	1.6	Adeguate le logiche organizzative all'innovazione (Promuovere il benessere organizzativo e la formazione delle Risorse umane)		0%			0%			0%			50%	80%	
INIZIATIVE	1.6	A	Migliorare la comunicazione esterna												
	1.6	B	Garantire la formazione a tutto il personale camerale												
MISURAZIONE	COD.	VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione		
	1.6	1	Grado di coinvolgimento del personale nell'attività formativa (Indicatore di pareto)	Personale coinvolto nella formazione/Personale totale	0,00%	50%	0%	0,00%	50%	0%	0,00%	50%	0%	50%	80%
	1.6	2	Ore destinate alla formazione	N. ore destinate alla formazione	0	100	0%	0	100	0%	0	100	0%	50%	80%
1.6	3	Grado di coinvolgimento e collaborazione del personale camerale	N. progetti di gruppo e trasversali	0	4	0%	0	4	0%	0	4	0%	50%	80%	

Cruscotto Pluriennale 2012-2014

				Stato avanzamento 2012	Stato avanzamento 2013	Stato avanzamento 2014	Range di valutazione								
OBIETTIVO STRATEGICO	1.7	Implementare il ciclo della performance per garantire l'efficacia dell'azione camerale		0%	0%	0%	50%	80%							
INIZIATIVE	1.7	A	Razionalizzare il processo di pianificazione/programmazione delle attività per ottimizzare la produttività del lavoro e garantire l'efficienza e la trasparenza dell'operato camerale												
	1.7	B	Potenziare il monitoraggio delle iniziative promozionali realizzate dalla Camera di commercio												
MISURAZIONE	COD.	VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione		
	1.7	1	Livello di maturità raggiunto nel ciclo di gestione della Performance	Valore medio ottenuto nel Check-up del Ciclo di gestione della Performance anno T (Anno T-1 = 1,3)	0,00	1,76	0%	0,00	1,82	0%	0,00	1,89	0%	50%	80%
	1.7	2	Monitoraggio periodico degli obiettivi strategici	N. report monitoraggio realizzati nell'anno	0	2	0%	0	3	0%	0	3	0%	50%	80%
	1.7	3	Grado di realizzazione del piano di miglioramento	N. azioni del piano di miglioramento con % di realizzazione superiore al 70% / N. totale azioni del piano di miglioramento	0%	40%	0%	0%	60%	0%	0%	70%	0%	50%	80%
	1.7	5	Livello di realizzazione di politiche di genere	Realizzazione del bilancio di genere (SI=1 NO=0)	0	1	0%	0	1	0%	0	1	0%	50%	80%
	1.7	6	Livello di realizzazione di politiche di genere	data adozione e integrazione di valori e principi di genere nell'attività di programmazione e gestione della Camera	00/01/1900	31/12/2012	0%	00/01/1900	31/12/2013	0%	00/01/1900	31/12/2014	0%	50%	80%

Cruscotto Pluriennale 2012-2014



FINANZIARIA

				Stato avanzamento 2012			Stato avanzamento 2013			Stato avanzamento 2014			Range di valutazione		
OBIETTIVO STRATEGICO	1.5	Garantire la sostenibilità degli investimenti e la pianificazione finanziaria		0%			0%			0%			50%	80%	
PROGRAMMA	1.5	A	Maggiore razionalizzazione nell'acquisto di beni e servizi per il funzionamento e l'ottimizzazione delle risorse disponibili												
MISURAZIONE	COD.	VALENZA INDICATORE	INDICATORE	Risultato effettivo 2012	Target 2012 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2013	Target 2013 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Risultato effettivo 2014	Target 2014 (Risultato atteso)	% Realizzazione	Range di valutazione		
	1.5	1	Livello di riduzione dei costi per consumi energetici negli anni	Costi consumi energetici anno T/Costi consumi energetici anno T-1	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	0,00	1,00	0%	50%	80%
	1.5	2	Grado di realizzazione del piano annuale dei lavori	Ammontare importo lavori realizzati / importo lavori previsti	0%	80%	0%	0%	80%	0%	0%	80%	0%	50%	80%
	1.5	3	Stato di avanzamento del progetto di riqualificazione funzionale della sede storica della Camera	Ammontare importo lavori realizzati / importo lavori previsti	0%	80%	0%	0%	100%	0%	0%		0%	50%	80%
	1.5	4	Capacità di recupero del diritto annuale di competenza non versato	Importo diritto annuale delle imprese a cui è stata inviata la mail/ Importo diritto annale non incassato	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%	50%	80%
	1.5	5	Recupero diritto annuale di competenza non versato	Diritto annuale di competenza recuperato / Diritto di competenza non versato	0%	5,00%	0%	0%	10,00%	0%	0%	12,00%	0%	50%	80%
	1.5	6	Riduzione dei costi per l'emissione a ruolo	Costi per l'emissione a ruolo anno T / Costi per l'emissione a ruolo anno T-1	0,000	0,970	0%	0,000	0,950	0%	0,000	0,948	0%	50%	80%
	1.5	7	Sostenibilità degli investimenti - Indicatore di equilibrio finanziario	Margine di struttura 1: Patrimonio netto + Debiti di finanziamento / Immobilizzazioni	0,000	1,620	0%	0,000	1,600	0%	0,000	1,580	0%	50%	80%
	1.5	8	Sostenibilità degli investimenti - Indicatore di equilibrio finanziario	Margine di struttura 2: Patrimonio netto + Passivo fisso / Immobilizzazioni	0,000	1,780	0%	0,000	1,760	0%	0,000	1,740	0%	50%	80%
	1.5	9	Sostenibilità degli investimenti - Indicatore di equilibrio finanziario	Margine di tesoreria 1: Cassa + Crediti di Funzionamento / Debiti di funzionamento	0,000	2,410	0%	0,000	2,330	0%	0,000	2,260	0%	50%	80%
1.5	10	Sostenibilità degli investimenti - Indicatore di equilibrio finanziario	Margine di tesoreria 2: Attivo circolante / Passivo circolante	0%	2,480	0%	0%	2,320	0%	0%	2,240	0%	50%	80%	