



Camera di Commercio
Piacenza

All. alla Delibera di Consiglio n. del 23.12.2015

PIANO DEGLI INDICATORI E RISULTATI ATTESI DI BILANCIO TRIENNIO 2016-2018

Premessa

Il D.Lgs. 31 maggio 2011, n. 91 detta disposizioni in materia di adeguamento ed armonizzazione dei sistemi contabili pubblici allo scopo di armonizzare le procedure contabili connesse ai diversi sistemi e di rappresentare in maniera veritiera e corretta, attraverso il sistema dei bilanci, le scelte programmatiche, amministrative e gestionali delle amministrazioni pubbliche.

Nell'ambito dei provvedimenti attuativi del predetto decreto, particolare rilevanza assume, per le Camere di Commercio, il Decreto del MEF 27.03.2013 con cui sono stabiliti i criteri e le modalità per la predisposizione del budget economico delle Amministrazioni pubbliche tenute al regime di contabilità civilistica ai fini della raccordabilità dello stesso documento con gli analoghi documenti previsionali predisposti dalle Amministrazioni in contabilità finanziaria.

Gli obblighi contabili che gravano sulla Camera di commercio ai fini dell'armonizzazione contabile, e che caratterizzano il processo di pianificazione, programmazione e budget, sono rappresentati dalla predisposizione dei seguenti documenti:

- *Il Preventivo Economico annuale;*
- *Il Budget direzionale*

già previsti dal DPR 254/2005

- il budget economico annuale, redatto in termini di competenza economica e riclassificato sulla base di uno schema valido per tutto il settore pubblico
- il budget economico pluriennale
- il prospetto delle previsioni di spesa complessiva, elaborato in termini di cassa, articolato per missioni e programmi
- il piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio

introdotti dalle nuove norme.

Le norme sulla trasparenza impongono poi la redazione di un rendiconto semplificato per gli stakeholders, da pubblicare sul proprio sito internet, che rechi una esposizione sintetica dei dati di bilancio ed evidenzi le risorse umane, finanziarie e strumentali utilizzate dall'Ente nel perseguimento delle finalità istituzionali, dei risultati conseguiti con riferimento alla qualità dei servizi e dell'eventuale scostamento rispetto agli obiettivi preventivati.

Il DPCM 22.09.2014, pubblicato sulla GU n. 265 in data 14.11.2014 ha disciplinato in maniera puntuale le modalità per la pubblicizzazione su internet dei dati relativi alle entrate e alla spesa dei bilanci preventivi e consuntivi.

Principi informativi nella stesura degli atti di programmazione

La definizione degli obiettivi per l'anno 2016 tiene conto dell'esigenza di dare applicazione alle normative vigenti nonché di rispettare i vincoli e le limitazioni di spesa derivanti dalla stratificazione delle relative norme nel tempo.

Tra quelle che incidono maggiormente sulla vita e sull'attività delle Camere di Commercio occorre citare:

legge 7 agosto 2015, n. 124, ed in particolare l'art. 10 "Riordino delle funzioni e del finanziamento delle Camere di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura" che, tra l'altro, prevede la ridefinizione delle circoscrizioni territoriali, con riduzione del numero dalle attuali 105 a non più di 60 nel territorio nazionale, mediante accorpamento di due o più Camere di Commercio, con possibilità di mantenimento di una singola camera avente una soglia dimensionale minima di 75.000 imprese e unità locali annotate presso il Registro Imprese;

l'art. 28 del d.l. 24 giugno 2014, n. 90 convertito nella l. 11 agosto 2014, n. 114 disciplinante la "Riduzione del diritto annuale delle Camere di Commercio e determinazione dei criteri di calcolo delle tariffe e dei diritti di segreteria" tuttora applicabile fino all'emanazione dei d.lgs. di cui alla precedente legge, per la quale l'importo del diritto annuale a carico delle imprese viene ridotto, rispettivamente, del 35 – 40 e 50% per gli anni 2015, 2016 e 2017.

Si tratta, evidentemente, di interventi che mettono in forte discussione il sistema camerale e che impongono comunque la necessità di selezionare e qualificare sempre meglio i propri obiettivi per indirizzarli verso “missioni strategiche” di ampio respiro in cui lo sviluppo del sistema economico e produttivo sappia coniugarsi in maniera sempre più stretta con la sostenibilità nell’uso delle risorse. Le iniziative programmate dalla Camera di Commercio di Piacenza per il 2016 si inseriscono nel solco delle priorità strategiche del sistema camerale allargato e, tramite esso, delle priorità strategiche del paese in un contesto di perseguimento di una sempre maggiore efficacia e qualità dei servizi offerti da conseguire anche attraverso l’uso dello strumento gestionale, in una logica di efficienza ed economicità nell’utilizzo delle sempre più scarse risorse disponibili.

Principali finalità perseguite attraverso i programmi di spesa

Lo schema di **bilancio articolato per missioni e programmi** in una logica di cassa, mira ad evidenziare le finalità delle spese, fornisce informazioni circa l’allocazione delle risorse e la destinazione delle medesime alle politiche dell’ente, tende alla confrontabilità dei dati di bilancio in relazione alle classificazioni economiche e funzionali individuate dai regolamenti comunitari in materia di contabilità nazionale.

L’individuazione delle missioni e programmi, per le Camere di commercio, è avvenuta, in coerenza con le linee guida emanate con D.P.C.M. 12.12.2012, con la Circolare MISE n. 148123 del 12.09.2013, d’intesa con il MEF e con la successiva Circolare MISE n. 87080 del 09.06.2015 con la quale sono adeguate le denominazioni di taluni programmi contenuti all’interno delle missioni.

Le missioni e i programmi all’interno delle quali sono collocate le funzioni istituzionali delle Camere di Commercio sono le seguenti:

- **Missione 011 – “Competitività e sviluppo delle imprese”** nella quale confluisce la funzione D “Studio, formazione, informazione e promozione economica” con esclusione della parte relativa all’attività di sostegno all’internazionalizzazione delle imprese;
- **Missione 012 – “Regolazione dei Mercati”** nella quale confluisce la funzione C “Anagrafe e servizi di regolazione dei mercati. In particolare tale funzione è imputata per la parte relativa all’anagrafe alla classificazione “Servizi generali delle Pubbliche amministrazioni – servizi generali”, mentre per la parte relativa ai servizi di regolazione dei mercati alla classificazione “Affari economici – Affari generali economici commerciali e del lavoro”;
- **Missione 016 – “Commercio internazionale ed internazionalizzazione del sistema produttivo”** nella quale confluisce la parte di attività della funzione D, come sopra specificata, relativa al sostegno all’internazionalizzazione delle imprese e promozione del Made in Italy;
- **Missione 032 – “Servizi Istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche”** nella quale confluiscono le funzioni A e B;
- **Missione 033 – “Fondi da ripartire”** nella quale trovano collocazione le risorse che in sede di previsione non sono riconducibili a specifiche missioni.

Le **missioni** così individuate forniscono la rappresentazione delle singole funzioni politico istituzionali e gli obiettivi strategici perseguiti con le risorse finanziarie, umane e strumentali disponibili.

I **programmi** sono configurati come le unità di rappresentazione dei bilanci che identificano in modo sintetico gli aggregati omogenei di attività realizzate dalla Camera per il perseguimento delle finalità individuate in ciascuna missione.

Il Piano degli indicatori e dei risultati attesi di Bilancio

La norma prevede la redazione del “*Piano degli Indicatori e dei risultati attesi di Bilancio*” (P.I.R.A.) quale documento programmatico a base triennale nell’ambito del quale vengono illustrati il contenuto di ciascun programma di spesa esponendo, nel contempo, le informazioni sintetiche

relative ai principali obiettivi da realizzare con riferimento agli stessi programmi del bilancio e contiene gli indicatori individuati per la quantificazione degli obiettivi.

Il Piano fa riferimento, in particolare, al livello, alla copertura e alla qualità dei servizi erogati, ovvero all'impatto che i programmi di spesa, tenuto conto dei fattori esogeni, intendono produrre sulla collettività, sul sistema economico, sul contesto di riferimento.

Il P.I.R.A. risulta coerente con il sistema di misurazione e valutazione della performance previsto dal d.lgs. 150/2009.

Gli obiettivi contenuti nel Piano degli indicatori sono rilevanti e pertinenti rispetto ai bisogni dell'utenza, alla missione istituzionale dell'Ente camerale, alle priorità strategiche dell'amministrazione e sono correlati alla quantità delle risorse disponibili in relazione al livello qualitativo programmato dei servizi erogati e degli interventi.

Il presente PIRA, redatto in conformità alle linee guida generali definite con il D.P.C.M. 18.09.2012, illustra gli obiettivi strategici perseguiti attraverso i programmi di spesa, nell'ambito dei programmi inseriti nelle missioni istituzionali; ad essi sono associati indicatori e target.

Poiché, in coerenza con il d.lgs. 150/2009, l'Amministrazione adotta un documento programmatico che individua gli obiettivi strategici ed operativi e definisce gli indicatori per la misurazione e la valutazione della performance, il presente Piano presenta la sintesi delle priorità e degli obiettivi strategici della Camera di Commercio di Piacenza.

Il sistema di valutazione, cui il Piano è soggetto, consente di evidenziare l'efficacia delle azioni attivate in relazione ai bisogni. Tale Piano si inserisce anch'esso nel sistema più complessivo di pianificazione e controllo idoneo a misurare e valutare la performance organizzativa della Camera di Commercio di Piacenza, finalizzandola ad elevare gli standards qualitativi ed economici dei servizi.

Gli organi di indirizzo politico, con il supporto dei dirigenti e dei responsabili dei settori, verificano in itinere l'andamento della performance rispetto agli obiettivi prefissati durante il periodo di riferimento ed individuano, ove necessario, interventi correttivi.

Gli obiettivi proposti, quale evoluzione di quelli contenuti nella programmazione 2015-2017, rispondono ad una logica che vede il modello gestionale spostato verso modalità organizzative di tipo manageriale caratterizzato anche dallo sviluppo nell'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, in grado di favorire crescenti livelli di accessibilità e trasparenza, nonché di coinvolgimento e partecipazione.

Struttura del Piano

Il presente Piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio 2016 è suddiviso nelle seguenti sezioni:

- Elenco degli obiettivi strategici dell'Ente per l'esercizio 2016;
- Associazione, a ciascun obiettivo, di uno o più indicatori e relativi target;
- Descrizione degli indicatori;
- Fonte dei dati

Le principali finalità dell'Amministrazione, perseguite attraverso i programmi di bilancio, sono espresse dalle **aree strategiche (coincidenti con le missioni istituzionali)**, che discendono dalla Programmazione Pluriennale approvata dal Consiglio e dall'aggiornamento annuale così come contenuto nella Relazione Previsionale e Programmatica per il 2016. Esse sono individuate tenendo conto del contesto economico territoriale e delle sue dinamiche, nonché dalle istanze emerse dai portatori di interesse che operano sul territorio e mirano a rendere la Camera di Piacenza, pur in un contesto di forte riduzione delle risorse disponibili, soggetto di riferimento per il sistema delle imprese e per il territorio.

Gli **obiettivi strategici** vengono declinati all'interno di una **mappa strategica** costruita secondo il modello BSC su quattro prospettive di analisi:

Utenti – la prospettiva è volta a misurare il grado di soddisfazione del tessuto economico-sociale e, quindi, la capacità dell’ente di individuare i bisogni specifici del territorio e degli utenti di riferimento con l’obiettivo di garantire la piena soddisfazione delle aspettative

Processi interni – la prospettiva è volta ad individuare il grado di efficienza ed efficacia con il quale l’ente gestisce e controlla i processi interni, mirando all’ottimizzazione di quelli esistenti ed individuando quelli che meglio rispondono all’esigenza di perseguire gli obiettivi strategici

Crescita e apprendimento – la prospettiva è volta alla valorizzazione delle potenzialità interne dell’Ente per una crescita del personale in termini di competenze e motivazione, nonché al potenziamento delle infrastrutture tecniche e tecnologiche di supporto

Economico-Finanziaria – la prospettiva è orientata al monitoraggio degli indicatori economico-finanziari al fine di valutare, tenuto conto delle priorità definite nella programmazione strategica, la capacità dell’ente di perseguire l’equilibrio di bilancio.

Area Strategica 1.

Sostegno all’economia locale con interventi mirati a favore delle imprese del territorio atti a migliorare il loro posizionamento nel mercato interno.

Missione 11 : “Competitività e sviluppo delle imprese”

Programma 5 : “Promozione e attuazione politiche di sviluppo, competitività e innovazione, di responsabilità sociale d’impresa e movimento cooperativo”

Divisione COFOG 4: “Affari Economici”

Gruppo COFOG 1: “Affari generali economici, commerciali e del lavoro”

Risorse complessive assegnate al Programma/Divisione/Gruppo:

Personale	€ 244.820,40
Funzionamento	€ 80.956,48
Interventi economici	€ 610.000,00
Ammortamenti	€ 20.235,52

Obiettivi strategici:

1.1 - Sostegno alla nascita e allo sviluppo delle imprese

onere diretto per interventi economici	€ 340.000
---	------------------

Migliorare la liquidità aziendale, incentivare gli investimenti, incrementare le possibilità di sopravvivenza delle nuove imprese attraverso attività informative e formative. Lo stanziamento include la destinazione di € 160.000 alle imprese del territorio danneggiate dalla recente alluvione che interessato numerose zone, soprattutto montane, della provincia

1.2 - Promozione del territorio

onere diretto per interventi economici	€ 50.000
---	-----------------

Rafforzare l’interazione con altri soggetti istituzionali allo scopo di meglio finalizzare e qualificare le risorse destinate ad interventi a favore del territorio

1.3 - Promozione dell’agroalimentare e dell’eno-gastronomia

onere diretto per interventi economici	€ 60.000
---	-----------------

Migliorare la competitività delle produzioni locali sui mercati nazionali e non; migliorare la possibilità di individuare nuove nicchie nelle quali proporre le produzioni di qualità

1.4 – Monitoraggio del sistema economico

onere diretto per interventi economici	€ 10.000
---	-----------------

Incrementare il grado di diffusione delle informazioni relative ai principali indicatori del sistema economico al fine di fornire strumenti sempre più efficaci ai c.d. “decisori politici”

1.5 - Miglioramento della comunicazione istituzionale

onere diretto per interventi economici	€ 10.000
---	-----------------

Incrementare il livello delle informazioni relative ai servizi camerali, compresi quelli fruibili attraverso il sito internet istituzionale

1.6 - Sostegno all'istruzione tecnica

onere diretto per interventi economici	€ 17.000
---	-----------------

Favorire la diffusione dell'informazione sulla domanda delle professionalità da parte delle imprese con l'obiettivo di ridurre il gap tra domanda e offerta di lavoro indirizzando i giovani verso percorsi formativi maggiormente allineati alle esigenze delle imprese medesime.

Area Strategica 2

Regolazione, trasparenza e tutela del mercato, semplificazione, snellimento e digitalizzazione dell'azione amministrativa

Missione 12 : “Regolazione dei mercati”

Programma 4: “Vigilanza sui mercati e sui prodotti, promozione della concorrenza e tutela dei consumatori”

Divisione COFOG 4: “Affari economici”

Gruppo COFOG 1: “Affari generali economici, commerciali e del lavoro”

Risorse complessive assegnate al Programma/Divisione/Gruppo:

Personale	€ 348.824,60
Funzionamento	€ 234.357,72
Ammortamenti	€ 29.985,62

Obiettivi strategici:

2.1 - Rafforzamento del ruolo istituzionale di vigilanza sul mercato per favorire la trasparenza e la correttezza di rapporti tra imprese e tra imprese e consumatori

Rafforzare e qualificare ulteriormente l'attività di vigilanza sul mercato, potenziando i controlli degli aspetti relativi alla sicurezza dei prodotti presso gli operatori economici.

2.2 Potenziamento attività di mediazione finalizzata alla conciliazione delle controversie civili e commerciali e delle altre forme di giustizia alternativa

Consolidare e rafforzare l'attività dell'organismo di mediazione camerale anche attraverso la prosecuzione della convenzione con l'Organismo dell'Ordine degli Avvocati; avviare l'organismo di composizione delle crisi da sovraindebitamento.

Missione 12 : “Regolazione dei mercati”

Programma 4: “Vigilanza sui mercati e sui prodotti, promozione della concorrenza e tutela dei consumatori”

Divisione COFOG 1: “Servizi generali delle pubbliche amministrazioni”

Gruppo COFOG 3: “Servizi generali”

Risorse complessive assegnate al Programma/Divisione/Gruppo:

Risorse complessive assegnate al Programma/Divisione/Gruppo:

Personale	€ 478.391,80
Funzionamento	€ 259.971,96
Ammortamenti	€ 38.278,52

Obiettivi strategici:

2.3 Semplificazione amministrativa ed e-government

Fornire alle imprese servizi di qualità in tempi rapidi e con procedure chiare ed agevolate semplificando l'approccio con l'utenza.

Area Strategica 3

Sostegno dell'economia locale con interventi mirati a favore delle imprese del territorio atti a migliorare il loro posizionamento nel mercato internazionale

Missione 16 : “Commercio Internazionale ed Internazionalizzazione del sistema produttivo”

Programma 5 : “Sostegno all'internazionalizzazione delle imprese e promozione del *made in Italy*”

Divisione GOFOG 4: “Affari Economici”

Gruppo COFOG 1: “Affari generali economici, commerciali e del lavoro”

Risorse complessive assegnate al Programma/Divisione/Gruppo:

Personale	€ 193.931,80
Funzionamento	€ 46.504,49
Interventi Economici	€ 73.000,00
Ammortamenti	€ 6.379,75

Obiettivo strategico:

3.1 - Sostegno all'internazionalizzazione delle imprese

onere diretto per interventi economici	€ 73.000,00
---	--------------------

Rafforzare i servizi camerale a favore dell'internazionalizzazione al fine di incrementare le possibilità di incontro di imprese di altri paesi con le quali instaurare rapporti commerciali o di collaborazione.

Rafforzare l'interazione con altri soggetti istituzionali ed imprenditoriali allo scopo di meglio finalizzare e qualificare le risorse sempre più limitate destinate ad interventi a favore dell'internazionalizzazione delle imprese.

Area strategica 4

Sviluppo dell'innovatività gestionale finalizzata a migliorare l'efficienza, la trasparenza, l'integrità e la qualità dei servizi erogati

Missione 32: "Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche"

Programma 2: "Indirizzo Politico"

Divisione COFOG 1: "Servizi generali delle pubbliche amministrazioni"

Gruppo COFOG 1: " Organi esecutivi e legislativi, attività finanziarie e fiscali e affari esteri"

Risorse complessive assegnate al Programma/Divisione/Gruppo:

Personale	€ 344.105,00
Funzionamento	€ 250.013,46
Ammortamenti	€ 15.949,38
Investimenti	€ 7.500,00

Obiettivi Strategici:

4.1 Politica della qualità dei servizi

Fornire al cittadino servizi sempre più efficaci ed efficienti intendendo tali elementi quali prerequisiti in grado di favorire ricadute favorevoli sul sistema imprenditoriale in senso lato.

Missione 32: "Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche"

Programma 4: "Servizi e affari generali per le Amministrazioni di competenza"

Divisione COFOG 1: "Servizi generali delle pubbliche amministrazioni"

Gruppo COFOG 3: " Servizi generali"

Risorse complessive assegnate al Programma/Divisione/Gruppo:

Personale	€ 639.257,68
Funzionamento	€ 799.262,77
Ammortamenti	€ 51.038,03
Investimenti	€ 3.510,00

Obiettivi Strategici:

4.2 Perseguimento dell'economicità tramite l'adozione di scelte gestionali, la programmazione, il monitoraggio e il controllo

Acquisire una completa conoscenza dei principali indicatori che caratterizzano la performance dell'Ente ed utilizzare le informazioni che derivano dallo sviluppo completo del Ciclo di gestione della performance per attuare azioni di benchmark e mettere in campo politiche e strategie gestionali che valorizzino i punti di forza e che consentano di intervenire sui punti di debolezza con l'obiettivo di migliorare l'efficienza, l'economicità e l'innovatività della gestione.

L'obiettivo ultimo mira a destinare maggiori quote di risorse alle iniziative di promozione economica.

4.3 Valorizzazione delle professionalità interne anche mediante la trasmissione del know how e del benessere organizzativo

Valorizzare le professionalità e la trasmissione orizzontale e verticale delle competenze, favorire lo spirito di squadra e il benessere organizzativo.

Elevare il livello professionale del personale anche agendo sul clima organizzativo.

Consentire ai dipendenti di operare in un clima costruttivo e coeso che permetta di raccogliere le sfide sempre più ambiziose, anche attraverso la realizzazione delle iniziative contenute nel Piano delle Azioni Positive.

4.4 Efficientamento dei processi interni

Rendere maggiormente efficienti i processi interni, mantenendo nel contempo elevati standard di qualità in un contesto di risparmio di tempo privilegiando il processo di dematerializzazione dei documenti e delle procedure presso l'ente.