

# PIANO DELLA PERFORMANCE

2018 - 2020

Camera di commercio di Milano-Monza-Brianza-Lodi

(Approvato con Delibera di Giunta n. 17 / 2018)

## SOMMARIO

1. Presentazione del Piano .....	pag. 3
2. Sintesi delle informazioni di interesse per i cittadini e gli stakeholder .....	pag. 4
a. Chi siamo	
b. Cosa facciamo	
c. Come operiamo	
d. Le aziende speciali e il sistema delle partecipazioni	
3. Identità .....	pag. 7
4. Analisi del contesto .....	pag. 9
5. Guida alla lettura .....	pag. 10
6. Obiettivi strategici e obiettivi operativi .....	pag. 12

## **PRESENTAZIONE DEL PIANO**

Il Piano della Performance è il documento che avvia e struttura il Ciclo di Gestione della Performance, così come indicato dal Decreto Legislativo 150/2009.

Tale Ciclo consiste in una serie di attività, riconducibili a processi di pianificazione, monitoraggio e valutazione della prestazione collettiva ed individuale.

Nell'approcciarsi alla redazione del Piano, la Camera di Commercio di Milano-Monza-Brianza-Lodi ha tenuto conto dei seguenti tre principi come richiesto dallo stesso Decreto legislativo n. 150 del 2009:

- Qualità, che consiste nell'assicurare la qualità della rappresentazione della performance in termini di verifica interna ed esterna del sistema degli obiettivi e del livello di coerenza con i requisiti metodologici;
- Comprensibilità, che consiste nel rendere chiaro il legame esistente tra i bisogni della collettività, la Mission, le Aree Strategiche di intervento, le azioni e gli obiettivi in termini di esplicitazione della performance che si intende raggiungere, ma anche con quali risorse e attraverso quali modalità;
- Attendibilità, che consiste nel permettere la verificabilità ex-post della correttezza del processo di pianificazione.

Il Piano sintetizza il lavoro già formalizzato dalla Camera di Commercio nei documenti di programmazione: Relazione previsionale e programmatica 2018, Bilancio preventivo 2018 e Piano degli Indicatori e dei Risultati Attesi 2018.

Il Piano, inoltre, rappresenta il documento attraverso il quale la Camera di Commercio di Milano-Monza-Brianza-Lodi individua per il triennio 2018 – 2020 indirizzi e obiettivi, strategici e operativi, definisce gli indicatori per la misurazione e la valutazione della performance dell'Ente e li rende noti, garantendone trasparenza ed intellegibilità, ai interlocutori principali: imprese, associazioni, altre istituzioni pubbliche, utenti dei propri servizi e i tutti gli altri portatori di interessi.

La novità principale del Piano della Performance 2018 – 2020, consiste nell'inserirsi nella prima fase del processo di accorpamento delle Camere di Commercio di Milano, Monza e Brianza e Lodi: per tale motivi presenta, accanto ad alcuni elementi di continuità con la programmazione degli scorsi anni dei tre enti, obiettivi ed attività derivanti dalla nascita della nuova Camera di Commercio.

Va, infine, ricordato che, a far data dal 22 giugno 2017 è entrato in vigore il d.lgs. 25 maggio 2017, n. 74, che apporta una serie di significative modifiche al d.lgs. 27 ottobre 2009, n. 150, in tema di misurazione e valutazione della performance nella Pubblica Amministrazione.

In particolare nel nuovo articolo 5, accanto agli obiettivi specifici della singola Amministrazione, viene introdotta la categoria degli obiettivi generali, che identificano le attività prioritarie delle pubbliche amministrazioni, coerentemente con le politiche nazionali, definite in base al comparto di contrattazione collettiva di appartenenza.

Tali obiettivi generali, che - secondo le previsioni normative - devono essere determinati con apposite linee guida adottate su base triennale con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, ad oggi risultano emanate solamente per i Ministeri.

In considerazione di queste novità nel Piano della Performance 2018 – 2020 sono stati valorizzati, da un lato, gli obiettivi che esprimono un impatto rilevante sull'economia e sul territorio, e, dall'altro, gli obiettivi conseguenti al processo di riorganizzazione delle tre Camere di Commercio accorpate.

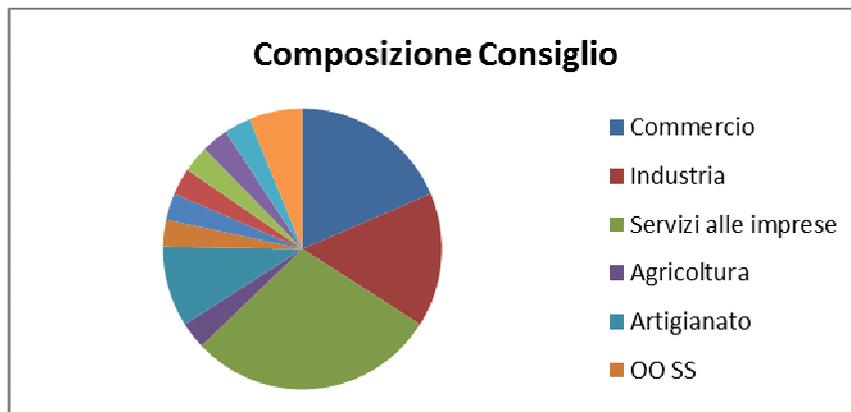
## SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI STAKEHOLDER

### Chi siamo

La Camera di Commercio di Milano-Monza-Brianza-Lodi è un ente pubblico dotato di autonomia funzionale che svolge, nell'ambito del territorio di riferimento, compiti di interesse generale a sostegno dell'economia e del sistema delle imprese locali. Istituita con Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico del 13 ottobre 2016, riunendo realtà con le seguenti caratteristiche: più orientata ai servizi Milano, Monza, maggiormente votata all'industria, con una forte concentrazione nel settore del legno arredo e della meccanica e Lodi, con il primato dell'agricoltura, ma anche con una significativa specializzazione nel settore delle costruzioni.

La Camera di Commercio ha autonomia statutaria, finanziaria e gestionale ed è legittimata a dotarsi di proprie linee programmatiche e politiche. Il particolare meccanismo rappresentativo che sovrintende alla composizione degli organi statutarî rende l'Ente un luogo di "democrazia economica". La Camera di Commercio si autogoverna attraverso un Consiglio, costituito da 33 membri nel quale sono rappresentate tutte le componenti dell'economia locale: le imprese, i lavoratori e i consumatori - tramite le loro associazioni - ed di liberi professionisti.

Il grafico seguente illustra la composizione del Consiglio camerale e il grado di rappresentatività di ciascun settore economico:



Oltre al Consiglio, gli organi della Camera di Commercio sono: la Giunta, il Presidente e il Collegio dei Revisori dei Conti. Gli incarichi degli organi diversi dai Collegi dei Revisori sono svolti a titolo gratuito.

Per ulteriori approfondimenti, è possibile consultare le sezioni del sito istituzionale

**Titolari di incarichi politici, di amministrazione, di direzione o di governo**  
[http://www.milomb.camcom.it/Titolari di incarichi politici, di amministrazione, di direzione o di governo](http://www.milomb.camcom.it/Titolari%20di%20incarichi%20politici,%20di%20amministrazione,%20di%20direzione%20o%20di%20governo)

### Cosa facciamo

La Camera di Commercio di Milano-Monza-Brianza-Lodi nasce dall'accorpamento volontario delle Camere di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Milano, MonzaBrianza e Lodi per effetto del D.M. 13 ottobre 2016. Nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza, essa svolge le funzioni espressamente attribuitele dalla

Legge n. 580/1993 e ss.mm.ii. e le altre previste dalla normativa vigente, dai regolamenti e dallo Statuto. In particolare svolge funzioni relative alla pubblicità legale e alla tutela del consumatore e della fede pubblica; sostiene la competitività delle imprese e dei territori; svolge inoltre funzioni relative alla valorizzazione del patrimonio culturale nonché allo sviluppo e promozione del turismo, all'orientamento al lavoro e alle professioni, al supporto delle piccole e medie imprese. Esercita altresì le funzioni delegate dalla Regione Lombardia, dallo Stato e quelle derivanti da convenzioni internazionali. In attesa delle indicazioni ministeriali con riferimento ai servizi nelle materie amministrative ed economiche e agli ambiti prioritari di intervento, si riporta uno schema delle principali attività svolte dalla Camera:

Quadro delle attività e dei servizi	
Attività amministrative	Tenuta del Registro delle Imprese (oltre ad albi, elenchi, ruoli) nel quale vengono registrati e certificati i principali eventi che caratterizzano la vita di ogni impresa
Attività promozionali	Servizi e progetti per sostenere la competitività delle imprese e del sistema economico e lo sviluppo del territorio
Attività di monitoraggio, studio, analisi dei dati sull'economia locale	Approfondimenti e informazioni utili alla conoscenza della realtà socio-economica da parte delle imprese e per le imprese
Attività di regolazione del mercato	Attività di vigilanza sulla conformità dei prodotti e degli strumenti di misura e iniziative di prevenzione per promuovere la trasparenza, la certezza e l'equità delle relazioni economiche

Nel corso del 2018 verrà redatta e pubblicata sul sito istituzionale la Carta dei Servizi, uno strumento di conoscenza, partecipazione e tutela per gli utenti. Oltre alla descrizione dei servizi e alle informazioni principali su come, quando e dove poterne fruire, vengono individuati per ciascuna Area di intervento degli standard di qualità, che la Camera di commercio si impegna a rispettare nell'erogazione dei propri servizi.

### Come operiamo

La Camera di Commercio ispira la propria azione al principio della sussidiarietà, al fine di realizzare una leale cooperazione e collaborazione con le istituzioni comunitarie, le amministrazioni statali, la Regione, le autonomie locali e, per quanto concerne le funzioni di regolazione, in raccordo con le autorità di garanzia e regolazione dei mercati. Per dare contenuti operativi al principio della sussidiarietà orizzontale, l'Ente imposta la propria azione sul territorio utilizzando il metodo della concertazione, svolgendo il proprio ruolo di promozione dell'interesse generale del sistema delle imprese, raccordando la propria azione nell'ambito di alleanze e collaborazioni con le altre istituzioni locali (Regione, Provincie, Comuni) ed il mondo associativo delle imprese, dei lavoratori e dei consumatori.

### Le aziende speciali e il sistema delle partecipazioni

**Camera Arbitrale di Milano**, si occupa di **risoluzione delle controversie commerciali** e offre un insieme di servizi noti come ADR (Alternative Dispute Resolution) che permettono di risolvere le liti con tempi e modi alternativi rispetto al tribunale ordinario. I servizi messi a disposizione vanno incontro alle diverse esigenze degli operatori del mercato: utilizzando l'**arbitrato** si ottengono sentenze (lodi arbitrali) rivolgendosi a tecnici ed esperti della materia del contendere; con la **mediazione** si è aiutati da un terzo neutrale a costruire un accordo soddisfacente con l'altra parte; il servizio di **riassegnazione dei nomi a dominio** permette di risolvere questioni di attribuzione sui nomi dei siti internet registrati in Italia.

**Formaper** (Formazione e servizi per l'imprenditorialità) è un'azienda speciale nata nel 1987, con lo scopo di contribuire allo sviluppo dell'imprenditorialità. Attualmente è una realtà di primo piano per la formazione in Italia e all'estero, grazie all'organizzazione di attività e servizi che seguono l'impresa di ogni dimensione - lungo tutto il suo ciclo di vita e agli importanti progetti realizzati in ambito internazionale.

**INNOV-Hub** (Stazioni Sperimentali per l'industria), è un'azienda speciale che svolge attività di ricerca applicata, consulenza tecnico-scientifica e testing industriale. Nata nel 2011 dalla unione di Innovhub con le ex-Stazioni Sperimentali per l'Industria dei settori cartario, tessile, dei combustibili e degli oli e dei grassi con l'obiettivo di far progredire la ricerca in una direzione sempre più sostenibile, si avvale di 20 laboratori scientifici e 130 esperti di ricerca e innovazione. L'aspetto tecnico-scientifico è rafforzato dalle competenze dell'Area Innovazione che fornisce servizi nell'ambito della progettazione europea e dei finanziamenti all'innovazione, con una attenzione particolare alle PMI.

**PROMOS**, è un'azienda speciale che offre servizi personalizzati per le aziende che operano con l'estero. (servizi di primo orientamento, ricerca di partner internazionali, sviluppo commerciale formazione per l'estero).

La **politica delle partecipazioni** rappresenta, uno strumento ed un'opportunità con valenza strategica determinante per lo sviluppo del territorio e per il potenziamento dei servizi offerti al tessuto economico-produttivo di riferimento.

A seguito dell'accorpamento delle Camere di Commercio di Milano, MonzaBrianza e Lodi, è stato effettuato un aggiornamento della Ricognizione straordinaria delle partecipazioni societarie ai sensi art. 24 TU partecipate.

Per ulteriori approfondimenti, è possibile consultare le sezioni del  
sito istituzionale

**Chi siamo - Aziende speciali e società partecipate**

<http://www.milomb.camcom.it/aziende-speciali-e-societa-partecipate>

## IDENTITA'

A seguito dell'accorpamento il personale delle tre Camere preesistenti è stato assunto alle dipendenze della Camera di commercio di Milano-Monza-Brianza-Lodi, portando il numero dei dipendenti in servizio al 1° gennaio 2018 a un totale di 413 unità (compreso il personale distaccato presso altri enti).

<b>Dotazione organica al 1° gennaio 2018</b>		
	Dotazione per categoria	Dipendenti in servizio al 1° gennaio 2018
DIRIGENTI	11	10
CATEGORIA D3	10	9
CATEGORIA D1	103	97
CATEGORIA C	255	236
CATEGORIA B3	10	10
CATEGORIA B1	51	50
CATEGORIA A	3	1
<b>TOTALI</b>	<b>443</b>	<b>413</b>

Si riportano di seguito alcuni dati relativi agli oneri della gestione del personale, estratti dal Bilancio Preventivo economico approvato dal Consiglio camerale con Delibera n. 15 del 21 dicembre 2017:

<b>Costi per il personale</b>		
<b>Budget 2018</b>		
	<b>Parziali</b>	<b>Totali</b>
a)	14.486.302 (salari e stipendi)	19.764.766
b)	3.557.440 (oneri sociali)	
c)	988.423 (trattamento di fine rapporto)	
d)	0 (trattamento di quiescenza e simili)	
e)	732.601 (altri costi)	

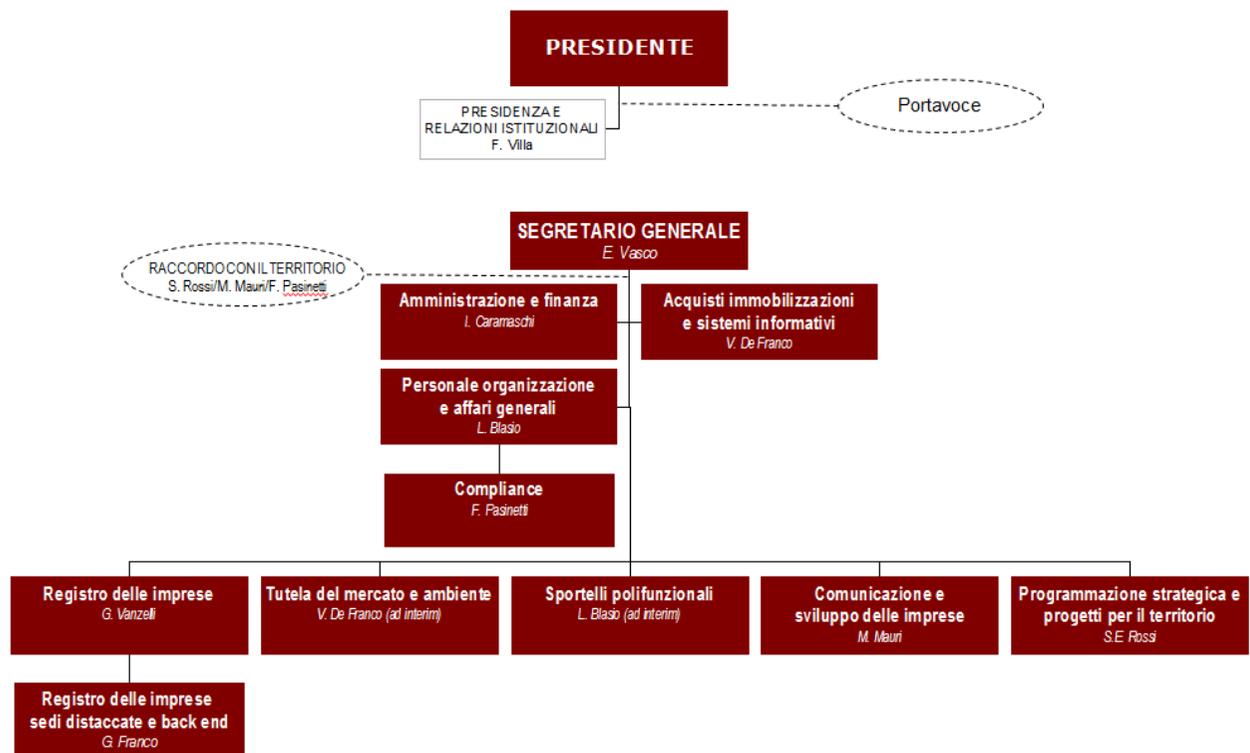
Relativamente al personale, si specifica che il relativo budget tiene conto dell'ultima riorganizzazione. Non sono previste nuove assunzioni essendo precluse dalla normativa vigente mentre sono state considerate le riduzioni d'organico per pensionamenti/dimissioni, variazioni di part-time e aspettative.

L'esercizio 2018 è il primo anno a regime per la nuova Camera; il Preventivo Economico CC Milano-Monza-Brianza-Lodi 2018 è approvato dal Consiglio camerale con Delibera n. 15 del 21 dicembre 2017.

Nella redazione del documento si è tenuto conto dalla maggiorazione del diritto annuale. In particolare si precisa che con il DM del 22 maggio 2017 Incremento della misura del diritto annuale per gli anni 2017-2018 e 2019 il Ministero dello Sviluppo Economico ha autorizzato l'aumento, per gli esercizi di riferimento, della misura del diritto annuale fino ad un massimo del 20%, per il finanziamento di programmi e progetti presentati dalle Camere di commercio, condivisi con le Regioni ed aventi per scopo la promozione dello sviluppo economico e l'organizzazione di servizi alle imprese; nello specifico i progetti autorizzati danno rilievo al programma Industria 4.0, allo sviluppo e promozione della cultura e turismo e all'alternanza scuola-lavoro

Per ulteriori approfondimenti, è possibile consultare le sezioni del sito istituzionale  
 Bilanci <http://www.milomb.camcom.it/bilanci>

La macrostruttura organizzativa dell'Ente è articolata come di seguito illustrato:



## ANALISI DEL CONTESTO

La struttura economica sulla quale opera la Camera di Commercio di Milano-Monza-Brianza-Lodi conta un riguardevole numero complessivo di imprese attive, pari a circa 378.000 (dato a settembre 2017), tali da porre la Camera di Commercio tra le più importanti realtà europee di riferimento per il mondo delle imprese. Gli addetti complessivi delle imprese attive sul territorio sono oltre 2,2 milioni (pari al 58% di tutti gli addetti lombardi).

A tale riguardo, si illustrano di seguito alcuni dati particolarmente significativi.

Ambito territoriale
250 comuni
4.316.398 residenti
547.321 stranieri
2.764 Km <sup>2</sup> superficie

Imprese attive 377.553
Agricoltura 2%
Industria 11%
Costruzioni 15%
Commercio 24%
Servizi 48%

Addetti 2.283.669
Agricoltura 1%
Industria 20%
Costruzioni 5%
Commercio 20%
Servizi 54%

Forme giuridiche
Individuali 44%
Società di capitali 37%
Società di persone 16%
Altre Forme 3%

Valore aggiunto 165.956 min
Agricoltura 1%
Industria 17%
Costruzioni 4%
Terziario 78%

Esportazioni 50.430 min
Europa 54%
Asia 25%
Nord America 11% - Sud America 4%
Africa 4%
Oceania 2%

Sotto il profilo economico si osserva come, in linea con il trend positivo registrato nel 2017 dall'economia italiana, è possibile confermare per i territori di Milano, Monza-Brianza e Lodi - come più in generale per la Lombardia - il percorso di risalita intrapreso dalla propria struttura economica. In particolare le previsioni per il periodo 2017-2019 stimano una crescita dell'economia per Milano dell'1,4%, in miglioramento rispetto al triennio precedente (2014-2016). Previsioni positive anche per Monza e Brianza, +1,3%, e Lodi, +1,2%. La crescita si riflette anche nelle stime del reddito totale disponibile delle famiglie, +2,2% a fine periodo a Milano, +2,7% a Monza e +2,4 a Lodi con previsioni di miglioramento anche del tasso di disoccupazione, tra il 6% e il 7% in calo di quasi un punto percentuale, e dell'interscambio su tutti i territori. Le previsioni sono di crescita per tutti gli indicatori ed i settori, comprese le costruzioni che escono da un lungo periodo di difficoltà.

## GUIDA ALLA LETTURA

Il Piano Performance 2018 – 2020 rappresenta un'edizione di passaggio. Il 2018 infatti è l'inizio di un percorso segnato dalla discontinuità: la nascita di una nuova Camera di Commercio rinnovata nelle funzioni e dai confini più ampi, al servizio di un territorio tra i più attivi e dinamici del Paese. Proprio in ragione del fatto che sarà necessario ripensare una nuova strategia che tenga conto sia del ridisegno delle funzioni avanzato dalla riforma che della scelta dell'accorpamento, gli obiettivi, gli indicatori ed i target del Piano – e la loro proiezione triennale, prevista per questo adempimento - potranno essere rivisti ed aggiornati. Va inoltre considerato che, chiusa la programmazione pluriennale iniziata nel 2013, si apre una riflessione sul posizionamento della nuova Camera di Commercio che porterà alla definizione del Programma strategico per il prossimi cinque anni.

Questa edizione del Piano recepisce quanto descritto nella Relazione Previsionale e Programmatica 2018, che identifica alcune linee di intervento da cui partire. La prima linea di intervento riguarda l'implementazione dei progetti strategici definiti per accedere alle risorse aggiuntive previste dalla riforma camerale. La seconda linea di intervento è relativa a progetti esistenti che già oggi dispongono di un buon potenziale in termini di creazione di valore aggiunto per l'utenza e la canalizzazione di nuove risorse.

Infine il Piano della Performance, oltre ad essere coerente con la programmazione delle azioni in tema di trasparenza, integrità e prevenzione della corruzione, è coordinato con i contenuti e il ciclo della programmazione finanziaria e di bilancio e per questo è impostato secondo l'aggregazione per missioni e programmi con cui viene redatto il Piano degli Indicatori e dei Risultati Attesi di Bilancio (PIRA).

Al fine di favorire la lettura del presente Piano si indicano di seguito i legami tra missioni, programmi e obiettivi strategici pluriennali.



### **MISSIONE COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE**

**PROGRAMMA:** promozione e attuazione di politiche di sviluppo competitività e innovazione di responsabilità sociale d'impresa e movimento cooperativo.

**OBIETTIVI STRATEGICI**

- 1.1 Essere hub di riferimento per imprenditori, giovani e start up, offrendo un supporto anche personalizzato che integri servizi amministrativi e promozionali
- 1.2. Contribuire a migliorare le strategie finanziarie delle imprese e delle istituzioni anche promuovendo strumenti finanziari innovativi alternativi al credito bancario
- 1.3 Contribuire alla costruzione di una smart city con interventi per diffondere la cultura dell'innovazione, del digitale e della sostenibilità, anche attraverso la digitalizzazione dei servizi della p.a.
- 1.4 Accrescere l'attrattività del territorio milanese e lombardo oltre Expo 2015, valorizzando il ruolo di Milano come snodo internazionale e promuovendone l'offerta culturale
- 1.5 Approfondire e ampliare la conoscenza del sistema economico locale attraverso la condivisione delle informazioni e il confronto con il mondo associativo e istituzionale



### **MISSIONE REGOLAZIONE DEI MERCATI**

**PROGRAMMA:** vigilanza sui mercati e sui prodotti, promozione della concorrenza e tutela dei consumatori

- OBIETTIVI STRATEGICI**
- 2.1 Promuovere la semplificazione delle procedure amministrative , a partire dal potenziamento del SUAP
  - 2.2 Tutelare la trasparenza e l'equità dei rapporti commerciali e facilitare le risoluzioni delle controversie intervenendo anche in nuovi ambiti



### **MISSIONE COMMERCIO INTERNAZIONALE INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO: s**

**PROGRAMMA:** Sostegno all'internazionalizzazione delle imprese e promozione del made in Italy

- OBIETTIVO STRATEGICO**
- 3.1 Estendere l'offerta dei servizi per l'internazionalizzazione a nuove aree strategiche e diversificarla per target di imprese operando anche su scala nazionale e internazionale



### **MISSIONE SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLA P.A.**

**PROGRAMMA:** servizi e affari generali per le amministrazioni di competenza

- OBIETTIVI STRATEGICI**
- 4.1 Garantire trasparenza e integrità dell'azione amministrativa, anche nel rispetto degli impegni presi con gli utenti, favorendo un approccio al lavoro valoriale ed etico
  - 4.2 Monitorare i costi di funzionamento e accrescere l'efficienza e l'efficacia attraverso adeguati fattori abilitanti

**Missione: Competitività e sviluppo delle imprese**

**O.S. 1.1. - Essere hub di riferimento per imprenditori, giovani e startup, offrendo un supporto anche personalizzato che integri servizi amministrativi e promozionali**

OGGETTIVO OPERATIVO	N.	INDICATORE	TARGET 2018	TARGET 2019	TARGET 2020	CENTRO DI RESPONSABILITA'
Implementare il Progetto Alternanza Scuola Lavoro	1.1.1 a PIRA	Avvio dei percorsi formativi per dirigenti scolastici, docenti e tutor nell'ambito del Progetto Alternanza Scuola Lavoro	N. 140 partecipanti	N. 140 partecipanti	N. 140 partecipanti	AS Formaper
	1.1.1b PIRA	Realizzazione di una piattaforma digitale per il Progetto Alternanza Scuola Lavoro	Si - Realizzazione	Almeno 10000 accessi	Incremento del 20% rispetto 2019	Digicamere Area Programmazione strategica e progetti per il territorio
Sostenere i giovani imprenditori e le start up del territorio	1.1.2	Realizzazione di iniziative a sostegno dei giovani imprenditori e delle start up <sup>1</sup>	Si realizzazione n. 3 iniziative	Si realizzazione n. 4 iniziative	Si realizzazione n. 4 iniziative	Area Programmazione strategica e progetti per il territorio
Migliorare l'offerta di informazioni, assistenza e supporto alle imprese e agli aspiranti imprenditori	1.1.3	Gradimento dei servizi di assistenza individuale risultante da un'indagine di customer effettuata dopo 6 mesi dall'erogazione del servizio	Gradimento >=75% degli intervistati	Gradimento >=75% degli intervistati	Gradimento >=80% degli intervistati	Area Comunicazione e sviluppo delle imprese
Realizzare un servizio per il rilascio di possibili set di open data e sviluppare una piattaforma di dati metropolitani	1.1.4 a	Elaborazione e realizzazione di un progetto per la valorizzazione delle banche dati camerali	Si - Mappatura e piano di azione per biennio successivo	Si Realizzazione progetto per quanto previsto per il 2019	Si Realizzazione progetto per quanto previsto per il 2020	Digicamere Area Programmazione strategica e progetti per il territorio
	1.1.4 b	Elaborazione e realizzazione di un progetto di condivisione in modalità open data delle banche dati del Registro delle imprese	Si - Elaborazione progetto	Si - rilascio di almeno un set di open data	Si - rilascio di almeno un set di open data	Digicamere Area Registro delle imprese Area Programmazione strategica e progetti per il territorio
	1.1.4 c	Elaborazione e realizzazione di un progetto di condivisione in modalità open data delle banche dati ambientali	Si - Elaborazione progetto	Si - rilascio di almeno un set di open data	Si - rilascio di almeno un set di open data	Digicamere Area Tutela del mercato e ambiente

<sup>1</sup> Per esempio: workshop tematici, incontri B2B e B2C, incontri di networking

**O.S. 1.2. - Contribuire a migliorare le strategie finanziarie delle imprese e delle istituzioni anche promuovendo strumenti finanziari innovativi alternativi al credito bancario**

OBBIETTIVO OPERATIVO	N.	INDICATORE	TARGET 2018	TARGET 2019	TARGET 2020	CENTRO DI RESPONSABILITA'
Orientare e supportare le PMI anche con riferimento a strumenti di finanza innovativa	1.2.1 a PIRA	N. imprese assistite tramite lo sportello per l'orientamento finanziario	400	400	400	Area Comunicazione e sviluppo delle imprese, in collaborazione con il Consorzio camerale per il credito e la finanza
	1.2.1 b PIRA	N. convenzioni con istituti bancari per l'attivazione di linee di credito ad imprese con specifici parametri economici definiti con i partner finanziari	2	2	2	
Implementare i progetti strategici finanziati con l'aumento del 20% del diritto annuale	1.2.2 a	Realizzazione dei progetti finanziati con l'aumento del 20% del diritto annuale <sup>2</sup>	Realizzazione di almeno l'80% di quanto previsto a budget 2018	Realizzazione di almeno l'80% di quanto previsto a budget 2019	Realizzazione di almeno l'80% di quanto previsto a budget 2020	Tutte le aree
	1.2.2 b	Assegnazione contributi nell'ambito degli interventi promozionali diretti alle imprese	Assegnazione di almeno il 80% di quanto stanziato	Assegnazione di almeno il 80% di quanto stanziato	Assegnazione di almeno l'80% di quanto stanziato	Area Comunicazione e sviluppo delle imprese
	1.2.2 c	Assegnazione contributi nell'ambito degli interventi diretti al mondo della scuola	Assegnazione di almeno il 80% di quanto stanziato	Assegnazione di almeno il 80% di quanto stanziato	Assegnazione di almeno l'80% di quanto stanziato	Area Programmazione strategica e progetti per il territorio
	1.2.2 d	Assegnazione contributi nell'ambito degli interventi per il turismo	Assegnazione di almeno il 80% di quanto stanziato	Assegnazione di almeno il 80% di quanto stanziato	Assegnazione di almeno l'80% di quanto stanziato	
Nell'ambito delle crisi da sovra indebitamento, supportare i debitori nella ristrutturazione dei debiti e conseguente soddisfazione dei crediti.	1.2.3 PIRA	N. procedimenti di composizione della crisi da sovra indebitamento gestiti dalla Segreteria (Camera Arbitrale) dell'OCC <sup>3</sup>	20	25	30	AS Camera Arbitrale

<sup>2</sup> I progetti finanziati con l'aumento del 20% del diritto annuale riguardano: progetti Punto Impresa Digitale (PID), Servizi di Orientamento al lavoro e alle professioni, Promozione del turismo e attrattività

<sup>3</sup> OCC Organismo per la composizione delle crisi da sovra indebitamento

**O.S. 1.3. - Contribuire alla costruzione di una smart city con interventi per diffondere la cultura dell'innovazione, del digitale e della sostenibilità, anche attraverso la digitalizzazione dei servizi della p.a.**

OBIETTIVO OPERATIVO	N.	INDICATORE	TARGET 2018	TARGET 2019	TARGET 2020	CENTRO DI RESPONSABILITA'
Potenziare il digitale come canale primario di erogazione dei servizi	1.3.1 a	Promozione dell'utilizzo da parte delle imprese della nuova piattaforma "Impresa.italia.it" (cassetto digitale)	N. accessi almeno 3000	N. accessi almeno 3500	N. accessi almeno 4000	Area Sportelli Polifunzionali
	1.3.1 b	% Certificati d'origine telematici	Almeno 75%	Almeno 80%	Almeno 85%	
Sviluppare progetto PID	1.3.2 PIRA	N. eventi di informazione e sensibilizzazione organizzati dal PID	2	2	2	Innovhub

**O.S. 1.4 Accrescere l'attrattività del territorio milanese e lombardo oltre Expo 2015, valorizzando il ruolo di Milano come snodo internazionale e promuovendone l'offerta culturale**

OBIETTIVO OPERATIVO	N.	INDICATORE	TARGET 2018	TARGET 2019	TARGET 2020	CENTRO DI RESPONSABILITA'
Valorizzare la competitività delle imprese del settore turistico del territorio metropolitano	1.4.1	Rivisitazione degli spazi di Palazzo Giureconsulti, al fine di creare un hub e una regia unica di attrazione dei flussi turistici, di business e di innovazione e start up in una logica di integrazione e coordinamento con gli altri attori della città	Business plan	Adeguamento tecnologico degli spazi	-	Parcam Area Programmazione strategica e progetti per il territorio

**O.S. 1.5 Approfondire e ampliare la conoscenza del sistema economico locale attraverso la condivisione delle informazioni e il confronto con il mondo associativo e istituzionale**

OBIETTIVO OPERATIVO	N.	INDICATORE	TARGET 2018	TARGET 2019	TARGET 2020	CENTRO DI RESPONSABILITA'
Analizzare le dinamiche del sistema economico locale	1.5.1	Rilevazione dei prezzi degli immobili urbani e dei terreni dell'area metropolitana	Istituzione della Commissione	Rilevazione di 84 zone <sup>4</sup>	Rilevazione di 94 zone <sup>5</sup>	Area Programmazione strategica e progetti per il territorio

<sup>4</sup> 65 zone Milano, 14 zone Monza Brianza, 5 zone Lodi

<sup>5</sup> 70 zone Milano, 16 zone Monza Brianza, 8 Lodi

## Missione: Regolazione del mercato

### O.S. 2.1 Promuovere la semplificazione delle procedure amministrative, a partire dal potenziamento del SUAP

OBIETTIVO OPERATIVO	N.	INDICATORE	TARGET 2018	TARGET 2019	TARGET 2020	CENTRO DI RESPONSABILITA'
Progettare, organizzare e offrire ai Suap singoli o associati il nuovo servizio "Suap convenzionato CCIAA"	2.1.1	N. di imprese utilizzatrici del servizio	3000	4000	5000	Area Registro delle Imprese
Migliorare la qualità delle informazioni contenute nel Registro delle Imprese	2.1.2 PIRA	Attività di pulizia del Registro delle Imprese	Comunicazioni inviate > 15.000	comunicazioni inviate > 15.000	comunicazioni inviate > 15.000	Area Registro delle imprese
Migliorare la performance nella gestione delle pratiche sotto l'aspetto quantitativo e qualitativo	2.1.3 a	% pratiche R.I. gestite erroneamente / campione sottoposto a verifica	<= dato 2017	<= dato 2018	<= dato 2019	Area Registro delle imprese
	2.1.3 b	% pratiche Attività regolate gestite erroneamente / campione sottoposto a verifica	Riduzione almeno il 20%	Riduzione di almeno il 20% <sup>6</sup>	Riduzione di almeno il 20% <sup>7</sup>	

### O.S. 2.2 Tutelare la trasparenza e l'equità dei rapporti commerciali e facilitare la risoluzione delle controversie intervenendo anche in nuovi ambiti .

OBIETTIVO OPERATIVO	N.	INDICATORE	TARGET 2018	TARGET 2019	TARGET 2020	CENTRO DI RESPONSABILITA'
Supportare le imprese su temi ambientali	2.2.1	Realizzazione di nuovi percorsi di assistenza sia specialistica che di gruppo su 4 temi <sup>8</sup>	Gradimento >= 75% degli intervistati	Gradimento >= 75% degli intervistati	Gradimento >= 80% degli intervistati	Area Tutela del mercato e ambiente
Vigilare sulla trasparenza e la correttezza del mercato	2.2.2 a	Organizzazione di iniziative a presidio della legalità e della prevenzione delle frodi, anche con partner esterni <sup>9</sup>	3	3	3	
	2.2.2 b PIRA	N. di verifiche metriche e controlli a tutela della fede pubblica effettuati	1800 (di cui 1530 complesse)	1800 (di cui 1530 complesse)	1800 (di cui 1530 complesse)	
	2.2.2 c	Elaborazione e realizzazione di un piano di sviluppo delle iniziative di armonizzazione del mercato condiviso con gli stakeholder <sup>10</sup>	Sì – elaborazione Piano delle attività	Sì – realizzazione n. 2 strumenti	Sì – realizzazione n. 2 strumenti	

<sup>6</sup> Riduzione di almeno il 20% rispetto al 2018

<sup>7</sup> Riduzione di almeno il 20% rispetto al 2019

<sup>8</sup> Adempimenti ambientali, legalità, economia circolare, sviluppo sostenibile

<sup>9</sup> Ad esempio: incontri con organismi di vigilanza e associazioni di categoria, iniziative di promozione dello Sportello Legalità, incontri con scuole sul tema della legalità nello sport, protocollo con Agenzia delle dogane su abusivismo e transazioni commerciali

<sup>10</sup> Ad esempio: realizzazione linee guida, Contratti tipo

**Missione: Commercio internazionale ed internazionalizzazione del sistema produttivo**

**O.S. 3.1 Estendere l'offerta dei servizi per l'internazionalizzazione a nuove aree strategiche e diversificarla per target di imprese, operando anche su scala regionale e nazionale**

OBIETTIVO OPERATIVO	N.	INDICATORE	TARGET 2018	TARGET 2019	TARGET 2020	CENTRO DI RESPONSABILITA'
Sostenere l'internazionalizzazione delle imprese attraverso lo sportello estero	3.1.1 PIRA	Assistenza alle imprese tramite lo sportello estero	900	900	900	AS Promos

**Missione: Servizi istituzionali e generali delle amministrazioni pubbliche**

**O.S. 4.1 Garantire trasparenza e integrità dell'azione amministrativa, anche nel rispetto degli impegni presi con gli utenti, favorendo un approccio al lavoro valoriale ed etico**

OBIETTIVO OPERATIVO	N.	INDICATORE	TARGET 2018	TARGET 2019	TARGET 2020	CENTRO DI RESPONSABILITA'
Assicurare il rispetto degli adempimenti in materia di trasparenza e anticorruzione attraverso l'implementazione di sistemi di monitoraggio dei processi del sistema camerale metropolitano	4.1.1 a PIRA	Individuazione e acquisizione di un applicativo per la gestione del "sistema privacy" in conformità al Regolamento comunitario 679/2016	Si individuazione acquisto	Si implementazione dati	Si utilizzo da parte di tutte le strutture	Area Compliance
	4.1.1 b	Perfezionamento, aggiornamento e pubblicazione di regolamenti interni a garanzia di qualità, trasparenza e integrità	2	2	2	
	4.1.1. c	Implementazione di nuovi procedimenti di controllo/monitoraggio sulle pubblicazioni obbligatorie ex D. lgs. 33/2013 e D. lgs. 39/2013	2	2	2	
Adottare misure per assicurare la trasparenza e l'integrità nella pubblica amministrazione	4.1.2 a PIRA	Realizzazione eventi formativi rivolti al personale per la diffusione della cultura dell'integrità e dell'etica.	2 eventi formativi	2 eventi formativi	2 eventi formativi	Area Personale Organizzazione e Affari Generali
	4.1.2 b	Implementazione e aggiornamento della sezione "Amministrazione Trasparente"	Si – implementazione dati	Si – aggiornamento tempestivo	Si – aggiornamento tempestivo	Area Compliance Tutte le aree
	4.1.2 c	Rispetto degli impegni assunti per l'anno dal Piano triennale della prevenzione della corruzione e della trasparenza	Si	Si	Si	
Presidiare l'efficienza nei pagamenti	4.1.3 PIRA	Indice di tempestività dei pagamenti (valore annuo, art. 9 D.P.C.M. 22/09/2014)	<=-9	<=-10	<=-11	Tutte le aree

**O.S. 4.2. Monitorare i costi di funzionamento e accrescere l'efficienza e l'efficacia attraverso adeguati fattori abilitanti**

OBIETTIVO OPERATIVO	N.	INDICATORE	TARGET 2018	TARGET 2019	TARGET 2020	CENTRO DI RESPONSABILITA'
Razionalizzare il patrimonio immobiliare dell'Ente	4.2.1 a	Realizzazione di un piano di razionalizzazione dei nuovi stabili ubicati a Monza e Lodi	Si – studio di fattibilità	Si - Avvio del progetto	-	Area Acquisti immobilizzazioni e sistemi informativi
	4.2.1 b	Ristrutturazione dell'immobile sito in Via delle Orsole, finalizzato alla razionalizzazione delle sedi delle Aziende Speciali	Realizzazione progetto	Avvio gara	Inizio lavori	
Contenere i costi anche internalizzando alcune attività	4.2.2	Elaborazione ed attuazione di un progetto e di un piano operativo di razionalizzazione degli archivi	Si – Business plan	Si – Avvio procedure	Si – Realizzazione	Area Acquisti immobilizzazioni e sistemi informativi
Garantire la massima sicurezza informatica dell'Ente	4.2.3	Implementazione di una policy interna sulla sicurezza informatica, a partire da una mappatura di tutti i software in uso presso gli uffici	Si – mappatura software per CCIAA	Si - mappatura software per AS Formaper	Si - mappatura software per AS Camera Arbitrale - Promos	Area Acquisti immobilizzazioni e sistemi informativi

OBIETTIVO OPERATIVO	N.	INDICATORE	TARGET 2018	TARGET 2019	TARGET 2020	CENTRO DI RESPONSABILITA'
Potenziare la digitalizzazione e l'integrazione dei processi	4.2.4 a	Contenimento del tempo medio di attesa agli sportelli	= < al 2017 <sup>11</sup>	= < al 2018	= < al 2019	Area Sportelli Polifunzionali
	4.2.4 b	Nuovo programma di gestione integrata dei processi riferiti a budget, contabilità, acquisti, logistica, magazzino	Analisi dei processi	Acquisto	Messa a regime	Digicamere Area Amministrazione e Finanza
Ottimizzare la gestione delle aziende speciali e delle società partecipate.	4.2.5	Definizione e attuazione di un piano di razionalizzazione delle aziende speciali e delle società partecipate	Sì	Sì	Sì	Organi di governo
Accorpamento delle Camere di Commercio di Milano, MonzaBrianza, Lodi: garantire l'operatività della nuova Camera	4.2.6 a	Creazione di un sistema di Customer Relationship Management	Sì –mappatura e analisi dei punti di contatto del sistema camerale	Sì individuazione sviluppo applicativo informatico	Sì – utilizzo applicativo informatico	Digicamere Area Comunicazione e sviluppo delle imprese
	4.2.6 b	Adeguamento degli applicativi relativi alla gestione del personale e al ciclo della performance alle esigenze della Camera	3 applicativi <sup>12</sup>	Implementazione banche dati	-	Area Personale Organizzazione e Affari Generali
	4.2.6 c	N. di prodotti di comunicazione riesaminati e perfezionati (es. portale newsletter e social) in un'ottica più funzionale ed integrata	3 prodotti	Portale >= 3.700.000 visitatori >= 5.400.00 visualizzazioni	Portale >= 3.800.000 visitatori >= 5.500.00 visualizzazioni	Area Comunicazione e sviluppo delle imprese
				N. lettori/e-mail recapitate + 2% rispetto al rapporto 2018	N. lettori/e-mail recapitate + 1% rispetto al rapporto 2018	
				Prodotti e content per Adempimenti PA >=25	Prodotti e content per Adempimenti PA >=27	
	4.2.6 d	N. uscite significative sui media relativamente ad analisi effettuate, in collaborazione con U.O. Studi	10	11	11	
	4.2.6 e	Progressiva traduzione in lingua inglese dei contenuti del sito e della modulistica	4	+ 2 <sup>13</sup>	+ 2 <sup>14</sup>	Area Sportelli Polifunzionali
4.2.6 f	Standardizzazione delle operazioni di cassa degli sportelli delle diverse sedi camerali	Sì	-	-	Area Amministrazione e Finanza	

<sup>11</sup> Tempi medi di attesa allo sportello 2017: Servizio C 18 min. – Servizio F 4 min. – RAO 14 min. – Carnet ATA 8 min. – Protesti e Ruoli 8 min. – URP 27 min. – Proprietà intellettuale 8 min. – Sportello Polifunzionale Legnano 16 min. - Sportello Legnano firma digitale 12 min.

Per quanto riguarda le sedi di Monza, Desio e Lodi, non vi sono dati storici per la rilevazione dei tempi medi di attesa. Tali tempi saranno rilevati a partire dal 2018.

<sup>12</sup> Applicativi da adeguare: MonitorCamera; HR Desk; Sipert

<sup>13</sup> Traduzione di 2 sezioni in più rispetto al 2018

<sup>14</sup> Traduzione di 2 sezioni in più 2 rispetto al 2019