



HANDELS-, INDUSTRIE-,
HANDWERKS- UND LAND-
WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

CAMERA DI COMMERCIO,
INDUSTRIA, ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA DI BOLZANO

PARTNER DER WIRTSCHAFT

AL SERVIZIO DELL'ECONOMIA

LEISTUNGSPLAN

**PIANO DELLA
PRESTAZIONE
ORGANIZZATIVA**

2015 - 2017



Anlage an den Beschluss
Nr. 000 vom 00.00.2015

Allegato alla deliberazione
dd. 00.00.2015, n. 000

INHALT

1	VORSTELLUNG DES PLANS	SEITE 3
2	IDENTITÄT DER KÖRPERSCHAFT	SEITE 4
2.1	Institutionelles Mandat	Seite 4
2.2	Mission	Seite 4
2.3	Vision	Seite 4
3	PERSPEKTIVEN DER BALANCED SCORECARD (BSC)	SEITE 5
3.1	Kundenperspektive	Seite 5
3.2	Interne Prozesse	Seite 5
3.3	Lernen und Entwicklung	Seite 5
3.4	Finanzperspektive	Seite 5
4	STRATEGISCHE BEREICHE	SEITE 6
4.1	Interessensvertretung	Seite 6
4.2	Hoheitliche Tätigkeiten	Seite 7
4.3	Dienstleistungen für die Unternehmen	Seite 7
4.4	Effiziente interne Verwaltung	Seite 7
5	STRATEGISCHE ZIELE	SEITE 7
5.1	Strategischer Plan	Seite 8
5.2	Strategische Ziele im Detail	Seite 9
6	VON DEN STRATEGISCHEN ZIELEN ZU DEN OPERATIVEN ZIELEN	SEITE 18
6.1	Operativer Plan	Seite 18
6.2	Operative Ziele im Detail	Seite 24

1 VORSTELLUNG DES PLANS

Das vorliegende Dokument, Leistungsplan genannt, wurde von der Handelskammer Bozen erstellt, um die Tätigkeit und die erwartete Leistungen der Körperschaft für den Zeitraum 2015-2017 zu definieren. Das Dokument gehört zu der Planungsphase des sogenannten Leistungskreislaufs, welcher in den nationalen Handelskammern durch das gesetzesvertretende Dekret 150/2009 eingeführt und danach durch das Regionalgesetz 4/2011 der Autonomen Region Trentino-Südtirol übernommen wurde. Der Art. 1, Buchstabe b), Absatz 1-ter des eben genannten Regionalgesetzes sieht nämlich vor, dass *„zur Verbesserung der Dienstleistungen und der Organisation – ... nach Mitteilung an die Gewerkschaften – mit Verwaltungsakten Verfahren für die Messung und Bewertung der von den Organisationseinheiten erzielten Ergebnisse und Formen der Verifizierung des Grades der Nutzerzufriedenheit vorgesehen (werden).“*

Neben der Erfüllung der Gesetzesvorschriften ist die Anwendung des Leistungsplans eine Gelegenheit für die Körperschaft, die bereits bestehenden Instrumente der Planung unter den Gesichtspunkten der Integration, der Koordination und der Synthese anzuwenden. Der Plan basiert sowohl auf die langfristigen Richtlinien des mehrjährigen Tätigkeitsprogramms (5 Jahre), auf die Vorgaben des Vorausschauenden und programmatischen Berichts (welcher das mehrjährige Tätigkeitsprogramm aktualisiert), als auch auf die kurzfristigen Ziele des jährlichen Tätigkeitsprogramms und ergänzt dabei die einzelnen Aspekte und führt den Planungskreislauf auf einen dreijährigen Zeithorizont zurück.

Die in diesen beiden Dokumenten aufgeführte Strategie ist daher im Leistungsplan in Form der ermittelten strategischen Ziele integriert (anschließend in operative Ziele abzuleiten). Die strategischen Ziele müssen sinnvoll mit dem Inhalt der oben genannten Instrumente zusammenwirken.

Die konzeptionelle Struktur des Leistungsplans setzt sich wie folgt zusammen: mit der Mission und dem Institutionellem Mandat als Ausgangspunkt, haben die politischen Organe der Handelskammer Bozen die strategischen Bereiche ermittelt (enthalten im mehrjährigen Tätigkeitsprogramm), innerhalb welcher die Körperschaft handeln muss. Von diesen ausgehend, wurden die jeweiligen strategischen Ziele festgelegt, das heißt die spezifischen Handlungsrichtlinien, welche die Kammer folgen muss und an denen verschiedene Indikatoren (KPI – Key Performance Indicator) zur Messbarkeit geknüpft sind. Dies wird im Dokument *„System für die Leistungsbewertung der Organisationseinheiten“* behandelt.

Die strategischen Ziele werden wiederum auf eine "niedrigere" Ebene abgeleitet, nämlich auf die Ebene der operativen Ziele, welche den für das Folgejahr durchzuführenden Tätigkeiten entsprechen und daher jährlich aktualisiert werden. Jedes operative Ziel ist mit mindestens einem Indikator und einem Ziel (das erwartete Niveau der Leistung) ausgestattet. Nach Abschluss der Bezugsperiode wird ein Vergleich zwischen den erwarteten und erreichten Werten ausgeführt und somit die Leistung der Struktur in der entsprechenden Periode bewertet.

2 IDENTITÄT DER KÖRPERSCHAFT

Gemäß dem Dekret des Präsidenten des Regionalausschusses Nr. 9/L vom 12. Dezember 2007 ist die Handelskammer Bozen eine autonome öffentliche Körperschaft, welche Funktionen allgemeinen Interesses für die Unternehmen ausführt und sich damit einhergehend um die Entwicklung der lokalen Wirtschaft kümmert. Zur Umsetzung dieser Definition haben die Leitungsorgane der Handelskammer Bozen, im Einvernehmen mit den Führungskräften und den internen und externen Stakeholder die Identität und den Daseinszweck der Körperschaft genauer ausgearbeitet. Nachfolgend werden das Institutionelle Mandat, die Mission und die Vision der Handelskammer Bozen erläutert.

2.1 Institutionelles Mandat

Das Institutionelle Mandat beschreibt das Umfeld, in welchem die Kammer aufgrund ihrer Zuständigkeiten tätig sein kann und muss (genauestens im obengenannten Dekret des Präsidenten des Regionalausschusses 9/L 2007 beschrieben). Der Artikel 4 benennt die einzelnen Funktionen im Detail. Gemäß diesem juristischen Ansatz ist die Handelskammer eine öffentliche Institution zur Wahrnehmung der Interessen der Wirtschaft des Landes und übt diese Funktionen direkt mittels der eigenen Ämter oder mit Hilfe von Synergien mit anderen Körperschaften und den lokalen Wirtschaftsverbänden aus. Der Auftrag der Handelskammer ist es, Tätigkeiten zugunsten der Entwicklung des Unternehmertums durchzuführen. Dies geschieht einerseits indem die Handelskammer Dienstleistungen zur Unterstützung der Entwicklung des wirtschaftlichen Gefüges und des Wettbewerbs für die Unternehmen anbietet und andererseits indem die Kammer den Regierungsstellen auf nationaler Ebene und auf Landesebene die Interessen der Südtiroler Unternehmer nahe bringt.

2.2 Mission

Die Mission stellt die Daseinsberechtigung des Unternehmens dar und den Bereich, in welchen die Kammer in Bezug auf die politische Tätigkeit und die durchgeführten Aktionen tätig ist. Anders ausgedrückt ist sie eine zusammengefasste Interpretation der Funktion der Organisation nach außen und nach innen. Unsere Handelskammer hat folgende Mission:

"Wir sind eine Organisation aller Südtiroler Unternehmen. Als Körperschaft des öffentlichen Rechtes sind wir besonders den Prinzipien Demokratie, Transparenz und Unparteilichkeit verpflichtet.

Wir unterstützen die Wirtschaftstreibenden in mehrfacher Weise, leisten im Auftrag von Staat und Land wirtschaftsrelevante Dienste und vertreten die Interessen der Betriebe gegenüber der Öffentlichkeit, den Entscheidungsträgern und Verwaltungen."

2.3 Vision

Die Vision ist eng mit der Mission verbunden und gibt eine Voraussicht der Kammer in einem zukünftigen Szenario an, außerdem spiegelt sie die Ideale und die Werte wider, welche die Körperschaft zu verfolgen vorhat. Die Handelskammer Bozen hat folgende Vision:

- Förderung eines freien Unternehmertums im Rahmen einer sozialen Marktwirtschaft;
- Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Wirtschaft;
- Förderung einer langfristigen positiven wirtschaftlichen Entwicklung;

- *Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit unseres Landes;*
- *Problemlöser für die Unternehmen;*
- *Impulsgeber für die wirtschaftliche Entwicklung;*
- *Förderung einer positiven Wirtschaftsgesinnung.*

3 PERSPEKTIVEN DER BALANCED SCORECARD

Das System zur Messung und Bewertung der Leistung der Organisationseinheiten der Handelskammer Bozen beruht auf der Methode der Balanced Scorecard (BSC), einem Instrument, welches es erlaubt, von der Mission ausgehend, die Strategie der Körperschaft zu bestimmen und sie in strategische Ziele abzuleiten und somit die Messbarkeit der selben zu erleichtern. Grundlegende Eigenschaft der BSC ist es, jedes Element der Tätigkeit der Kammer zu berücksichtigen, von den strategischen bis zu den operativen Zielen, innerhalb einer oder mehrerer verschiedener Perspektiven (Perspektiven der BSC). Die einzelnen Ziele werden daher im Licht der größtmöglichen Anzahl von Perspektiven betrachtet und in ihrer Ausarbeitung wurde versucht, diese Eigenschaft der Multidimensionalität herauszuheben. Die einzelnen Perspektiven sind:

3.1 Kundenperspektive

Die Kundenperspektive dient dazu, den Zufriedenheitsgrad der Kunden und der Stakeholder zu berücksichtigen. Sie möchte folgende Frage beantworten:

Welche Leistungen sollten wir für unsere Kunden erbringen und wie müssen wir gegenüber ihnen auftreten, um die Strategie umzusetzen?

3.2 Interne Prozesse

Die Perspektive der internen Prozesse betrachtet die Notwendigkeit, die interne Effizienz und die interne Effektivität zu berücksichtigen. Sie möchte folgende Frage beantworten:

Wie müssen wir die internen Prozesse optimieren, um unsere Kunden zufrieden zu stellen?

3.3 Lernen und Entwicklung

Die Perspektive "Lernen und Entwicklung" ist verknüpft mit Innovation und Lernen in Bezug auf: Fähigkeiten und Kompetenzen der Mitarbeiter, Motivation, Verbesserung der technologischen und informationstechnologischen Infrastruktur. Sie möchte folgende Frage beantworten:

Wie erhalten wir die Fähigkeit zum Wandel, zum Verbessern und zum Entwickeln, um das Innovationspotenzial und die Strategie-Verwirklichungskompetenz zu steigern?

3.4 Finanzperspektive

Die Finanzperspektive bewertet die Führung und Steuerung der Handelskammer unter Berücksichtigung eines buchhalterischen und ökonomischen Gleichgewichts. Sie möchte folgende Frage beantworten:

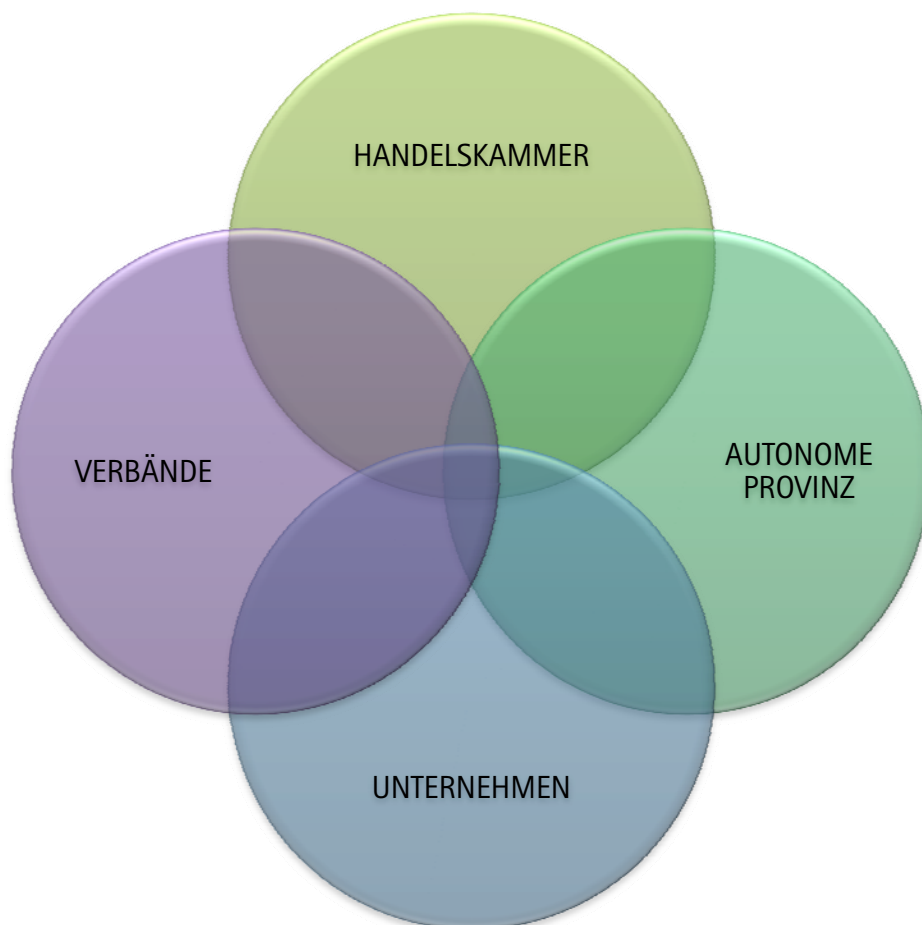
Auf welche Art und Weise garantieren wir ein ökonomisch-finanzielles Gleichgewicht und ein optimales Kosten-Nutzen-Verhältnis?

4 STRATEGISCHE BEREICHE

Die strategischen Bereiche der Kammer wurden mit der Verwendung des mehrjährigen Programms ermittelt und sind darin enthalten. Da sie in der Hierarchie, nach der Mission und der Vision, am oberen Ende der Strategie stehen, ist es maßgeblich, sie sich hier in Erinnerung zu rufen. Daher folgt nun eine Präsentation der strategischen Bereiche der Handelskammer Bozen.

4.1 Interessensvertretung

Die Aufgabe der Handelskammer Bozen ist die Vertretung aller Interessen der Unternehmen auf Landesebene. Diese Aufgabe wird in Zusammenarbeit mit den Wirtschaftsverbänden und den institutionellen Organen ausgeführt. Durch Umfragen bei Unternehmen zum Zweck der Untersuchung der wirtschaftlichen Situation, erarbeitet die Kammer Gutachten und neue Initiativen. Eigens dafür vorgesehene Studien und Analysen fokussieren sich stattdessen auf die Schwachstellen und Stärken der Südtiroler Wirtschaft und seines Standorts, um den Verantwortlichen der Politik und der Wirtschaft Vorschläge zu unterbreiten und Entscheidungshilfe leisten zu können. Da die korrekte Aufklärung und Informationsweitergabe zur optimalen Abwicklung dieser Tätigkeiten unbedingt notwendig ist, spielt die Kommunikation der Handelskammer eine zentrale Rolle.



4.2 Hoheitliche Tätigkeiten

Zu den sogenannten hoheitlichen Tätigkeiten der Handelskammer gehören: die Führung des Handelsregisters und der Berufsverzeichnisse, die Registrierung von Marken und Patenten, Aufgaben im Bereich des Umweltschutzes, die Legale Metrologie und die Produktsicherheit, sowie die Ausstellung von Dokumenten für den Außenhandel. Bei der Ausführung dieser Aufträge gilt die größte Aufmerksamkeit der Kammer der Information, der Unterstützung und der Reduzierung der bürokratischen Aufwände zulasten der Unternehmen.

4.3 Dienstleistungen für die Unternehmen

Die Handelskammer bietet eine Vielzahl von Diensten für die Südtiroler Unternehmen an. Dabei gebührt auch besonderen Dank an die beiden Sonderbetriebe: das Institut für Wirtschaftsförderung (WIFO) und die Export Organisation Südtirol (EOS). Das Institut für Wirtschaftsforschung liefert Analysen, Studien und Nachforschungen für eine große Bandbreite an Empfängern (Unternehmen, Verbände, Landesverwaltung), um die wirtschaftlichen Phänomene besser verstehen zu können und daher eine Unterstützung beim Entscheidungsprozess darzustellen. Mittels des WIFI – Weiterbildung und Personalentwicklung, Teil des Sonderbetriebes Institut für Wirtschaftsförderung, führt die Kammer die berufliche Weiterbildung mit dem Ziel die Kompetenzen und Fähigkeiten der Unternehmer und ihrer Mitarbeiter auszubauen, durch. Sie arbeitet desweiteren in den Sektoren Unternehmensgründung und –nachfolge, Kooperation und soziale Verantwortung. Die Kammer bietet Dienste zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit der lokalen Unternehmen an und unterstützt sie in ihrem Wachstum. Zudem gibt es eine Mediationsstelle und ein Schiedsgericht für die Konfliktbereinigung. Die EOS unterstützt die Internationalisierung der Unternehmen und fördert die Bekanntheit und das Image der Südtiroler Qualitätsprodukte.

4.4 Effiziente interne Verwaltung

Eine effiziente interne Verwaltung ist Grundlage für ein gutes Funktionieren der Körperschaft und muss in eine korrekte Verwaltung des Humankapitals, des Vermögens und der Investitionsgüter beinhalten. Die Verwaltungstätigkeit und die geleisteten Dienste müssen sich gemäß der Prinzipien der Transparenz und der Vereinfachung richten. Dies kann durch eine Digitalisierung der internen, aber auch der externen, Prozesse erreicht werden.

5 STRATEGISCHE ZIELE

Der Begriff strategisches Ziel definiert jenes Ziel, welches sich die Organisation langfristig zu erreichen gesetzt hat, damit die Inhalte der strategischen Bereiche mit Erfolg umgesetzt werden. Nachfolgend werden die Ziele für die drei Jahre 2015–2017 aufgeführt:

5.1 Strategischer Plan

Aus den Perspektiven der BSC und den strategischen Bereichen entsteht der strategische Plan, welcher die strategischen Ziele der Kammer beinhaltet.

Perspektive der BSC \ Strategischer Bereich	Interessensvertretung	Dienstleistungen für die Unternehmen	Hoheitliche Tätigkeiten	Effiziente interne Verwaltung
Kunden	1 – Sensibilisierung für Wirtschaftsthemen und Förderung einer unternehmensnahen Wirtschaftspolitik	2 – Modernes Weiterbildungsangebot für die Südtiroler Wirtschaft	3 – Marktregelung und Wettbewerbsschutz	
	4 – Analyse der Südtiroler Wirtschaftsstruktur	5 – Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung	6 – Förderung der alternativen Streitbeilegung (ADR)	
		7 – Förderung der Internationalisierung und der Qualitätsprodukte des Landes		
	8 – Verbesserung der institutionellen Kommunikation			
	9 – Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen			
Interne Prozesse	10 – Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse			
Lernen und Entwicklung	11 – Personalentwicklung			
Finanzen				12 – Wirtschaftlich-finanzielles Gleichgewicht der Körperschaft
	13 – Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft			

5.2 Strategische Ziele im Detail

Die Zielvorgaben verstehen sich als „>=“, außer es ist im Dokument anders angeführt.

Strategisches Ziel 1 – Sensibilisierung für Wirtschaftsthemen und Förderung einer unternehmensnahen Wirtschaftspolitik

Hier steht die Realisierung von Kampagnen für lokale Wirtschaftsthemen, wie die Erreichbarkeit von Südtirol, die Public-Private-Partnership, der Bürokratieabbau, die Zusammenarbeit mit der Unternehmerwelt, der Politik, den Bürgern und anderen Interessensgruppen zwecks Festsetzung und Umsetzung von Maßnahmen, welche die Wirtschaftsentwicklung in Südtirol unterstützen, im Mittelpunkt; des Weiteren gehört dazu die Förderung der Zusammenarbeit zwischen Schule und Wirtschaft, die Initiative „Frau in der Wirtschaft“ und die Koordinierung des Komitees für die Förderung des weiblichen Unternehmertums. Die vorgesehenen Ziele betreffend die Statements zu Vorschlägen über Gesetzesänderungen oder Gesetzesentwürfe sind für den Zeitraum 2015 – 2017 herabgesetzt worden, da vorerst der Reformprozess der Handelskammern in Italien umgesetzt werden muss.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung

Für Ziel relevante Abteilungen: Wirtschaftsförderung; Wirtschaftsforschung

Indikatoren	Gewicht	Wert 2014	Ziel 2015	Ziel 2016	Ziel 2017
Organisierte Tagungen zu Wirtschaftsthemen: Wert A, wobei A = Anzahl der Tagungen zu Wirtschaftsthemen	33,3%	---	7	7	7
Treffen mit anderen Institutionen betreffend die Förderung einer unternehmerfreundlichen Wirtschaftspolitik: Wert A, wobei A = Anzahl der Treffen mit anderen Institutionen betreffend die Förderung einer unternehmerfreundlichen Wirtschaftspolitik	33,3%	---	20	20	20
Anzahl der Statements zu Vorschlägen über Gesetzesänderungen oder Gesetzesentwürfen: Wert A, wobei A = Anzahl der Statements zu Vorschlägen über Gesetzesänderungen oder Gesetzesentwürfen	33,3%	---	10	10	10

Strategisches Ziel 2 – Modernes Weiterbildungsangebot für die Südtiroler Wirtschaft

Der Zweck ist hierbei eine angemessene Menge von Weiterbildungskursen für die Südtiroler Wirtschaft zu organisieren und somit die Unternehmen in ihrem stetigen Wachstum zu stärken. Das Ziel aller Initiativen des WIFI ist die Verbesserung und Stärkung der Handlungskompetenz der Unternehmer, der Führungskräfte und der Mitarbeiter damit sie die ständig geänderten Bedürfnisse besser begegnen und somit die Gegenwart und die Zukunft erfolgreicher begegnen können. Die Ziele betreffend das Qualitätsniveau der Fortbildungsveranstaltungen sind im Vergleich zum Dreijahreszeitraum 2014 – 2016 erhöht worden, um dieses Ziel für die Verwaltung der Kammer als eine Herausforderung einzustufen.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Für Ziel relevante Abteilungen: Wirtschaftsförderung

Indikatoren	Gewicht	Wert 2014	Ziel 2015	Ziel 2016	Ziel 2017
Qualitätsniveau der Fortbildungsveranstaltungen: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl der Feedback-Fragebögen über die WIFI Fortbildungen mit den Bewertungen: gut, sehr gut und ausgezeichnet und B = Gesamtzahl der Feedback-Fragebögen von den WIFI-Veranstaltungen	33,3%	---	82%	84%	86%
Anteil an neuen und aktualisierten Fortbildungsveranstaltungen: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl an neuen und aktualisierten Fortbildungsveranstaltungen in der WIFI-Weiterbildung und B = Gesamtzahl der Fortbildungsveranstaltungen bei der WIFI-Weiterbildung	33,3%	---	10%	10%	10%
Realisierte Fortbildungsaktivitäten in Kooperation mit anderen Institutionen: Wert A, wobei A = Anzahl der realisierten Aktivitäten der WIFI in Kooperationen	33,3%	---	15	20	20

Strategisches Ziel 3 – Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Hierbei garantiert die Kammer, dass in den Sektoren, in welchen die Kammer die Kontrollfunktionen innehat, die Dynamik des Marktes nach den Regeln funktioniert. Die Übernahme dieser Aufgaben setzt eine qualitative und quantitative Verbesserung der Überwachungstätigkeit voraus. Zu diesem Tätigkeitsbereich gehören auch die Landwirtschaft sowie die Wechsel- und Scheckproteste.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Für Ziel relevante Abteilungen: Verwaltungsdienste; Wirtschaftsförderung; Landwirtschaft

Indikatoren	Gewicht	Wert 2014	Ziel 2015	Ziel 2016	Ziel 2017
Newsletter zum Thema Marktregelung und Wettbewerbsschutz (Legale Metrologie und Wettbewerbsschutz): Wert A, wobei A = Anzahl der Informationskampagnen durch Newsletter in Sachen Marktregelung und Wettbewerbsschutz	33,3%	---	3	4	4
Informationsveranstaltungen zum Themas Marktregelung und Wettbewerbsschutz (Legale Metrologie und Wettbewerbsschutz): Wert A, wobei A = Anzahl der	33,3%	---	2	3	3

Indikatoren	Gewicht	Wert 2014	Ziel 2015	Ziel 2016	Ziel 2017
Informationsveranstaltungen zum Thema Marktregelung und Wettbewerbsschutz (Legale Metrologie und Wettbewerbsschutz)					
Festgestellte Übertretungen im Bereich Marktregelung und Wettbewerbsschutz: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl der festgestellten Übertretungen im Bereich Marktregelung und Wettbewerbsschutz und B = Anzahl der festgestellten Übertretungen im Bereich Marktregelung und Wettbewerbsschutz im ersten Jahr des Dreijahreszeitraums	33,3%	---	<1	<1	<1

Strategisches Ziel 4 – Analyse der Südtiroler Wirtschaftsstruktur

Ziel sind die Erstellung und die Verbreitung von Studien und Analysen über Schlüsselthemen der Südtiroler Wirtschaft, um für die Entscheidungsprozesse der Politik und der Wirtschaft relevante Informationen zu erhalten. Das Ziel betreffend die Antwortzeiten für Datenanfragen an das WIFO ist abgeändert worden, da der erhebliche Wechsel beim Personal der Abteilung eine so hohe Reduzierung der mittleren Antwortzeiten nicht zulässt.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung

Für Ziel relevante Abteilungen: Wirtschaftsforschung

Indikatoren	Gewicht	Wert 2014	Ziel 2015	Ziel 2016	Ziel 2017
Anzahl der für die Wirtschaft in Südtirol relevanten Studien: Wert A, wobei A = Anzahl der für die Wirtschaft in Südtirol relevanten Studien	33,3%	---	3	3	3
Online-Umfragenquote des WIFO: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl der online durchgeführten Umfragen für die Statistiken des WIFO und B = Gesamtzahl der Umfragen für die Statistiken des WIFO	33,3%	---	10%	15%	15%
Antwortzeiten für Datenanfragen an das WIFO: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Summe der Antwortzeiten für Datenanfragen an das WIFO in Tagen und B = Gesamtanzahl der Datenanfragen an das der WIFO	33,3%	---	29	28	27

Strategisches Ziel 5 – Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung

Zweck dieses Ziels sind die Optimierung und die Bekanntmachung der vom Bereich "Innovation, gewerbliche Schutzrechte und Unternehmensentwicklung" angebotenen Dienstleistungen, wie

die Kooperation, die Unternehmensgründung und -nachfolge sowie der Angebote von Beratungen über das Thema "Familienfreundliches Unternehmen" und Produktetikettierung.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Für Ziel relevante Abteilungen: Wirtschaftsförderung

Indikatoren	Gewicht	Wert 2014	Ziel 2015	Ziel 2016	Ziel 2017
Tagungen zum Thema Innovation: Wert A, wobei A = Anzahl der Tagungen zum Thema Innovation	33,3%	---	1	1	1
Werbekampagnen zur Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie: Wert A, wobei A = Anzahl der Werbekampagnen zur Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie	33,3%	---	1	1	1
Individuelle Beratungen zum Thema Unternehmensentwicklung: Wert A, wobei A = Anzahl der Tage für Spezialberatungen "Fit für die Zukunft" zum Thema Unternehmensentwicklung	33,3%	---	255	260	265

Strategisches Ziel 6 – Förderung der alternativen Streitbeilegung

Diese Ziel betrifft die Bekanntmachung der Mediations- und Schiedsgerichtsdienstleistungen bei den Unternehmen und Bürgern, welche von der Handelskammer angeboten werden und kontinuierlich verfeinert und weiterentwickelt werden.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Für Ziel relevante Abteilungen: Generalsekretariat

Indikatoren	Gewicht	Wert 2014	Ziel 2015	Ziel 2016	Ziel 2017
Verfahren zur alternativen Streitbeilegung: Wert A, wobei A = Anzahl der hinterlegten Verfahren zur alternativen Streitbeilegung (Schiedsverfahren, vertragliches Expertise und Schiedsgutachten)	33,3%	---	20	22	24
Fortbildungs- und Informationsveranstaltungen zum Thema alternative Formen der Gerichtsbarkeit: Wert A, wobei A = Anzahl der Fortbildungs- und Informationsveranstaltungen zum Thema alternative Formen der Gerichtsbarkeit	33,3%	---	3	3	3

Indikatoren	Gewicht	Wert 2014	Ziel 2015	Ziel 2016	Ziel 2017
Fragebögen zur Kundenzufriedenheit im Rahmen der Alternative Dispute Resolution (ADR): Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl der Fragebögen zur Kundenzufriedenheit im Rahmen der Alternative Dispute Resolution (ADR) mit der Bewertung von mindestens befriedigend und B = Gesamtzahl der ausgefüllten Fragebögen zur Kundenzufriedenheit im Rahmen der Alternative Dispute Resolution (ADR)	33,3%	---	90%	90%	90%

Strategisches Ziel 7 – Förderung der Internationalisierung und der Qualitätsprodukte des Landes

Das Ziel sieht die Unterstützung der Unternehmen bei der Internationalisierung und Bekanntmachung der von der EOS angebotenen Dienste im Bereich Exportförderung, Organisation von Veranstaltungen, welche diese Tätigkeit bewerben; Absatzförderung für die Südtiroler Qualitätsprodukte vor.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Kunden

Für Ziel relevante Abteilungen: Wirtschaftsförderung; Landwirtschaft

Indikatoren	Gewicht	Wert 2014	Ziel 2015	Ziel 2016	Ziel 2017
Kundenzufriedenheitsindex im Bereich International trade support: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl der Kunden, die den Service im Bereich der Internationalisierung mit den Wert 7 von einer Skala von 1 bis 10 bewerten und B = Gesamtzahl der Kunden, die im Bereich der Internationalisierung ein Formblatt zur Kundenzufriedenheit ausgefüllt haben	33,3%	---	80%	80%	80%
Anzahl der EOS-Kunden: Wert A, wobei A = Anzahl der EOS Kunden	33,3%	---	1.000	1.100	1.200
Kundenzufriedenheitsindex im Bereich Marketing support: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl der Kunden, die den Service im Bereich Marketing support mit dem Wert 7 von einer Skala von 1 bis 10 bewerten und B = Gesamtzahl der Kunden, die im Bereich Marketing support ein Formblatt zur Kundenzufriedenheit ausgefüllt haben	33,3%	---	80%	80%	80%

Strategisches Ziel 8 – Verbesserung der institutionellen Kommunikation

Ziel der Handelskammer ist der Ausbau und die Verbesserung der Wirksamkeit der externen Kommunikation der Körperschaft, um möglichst eine große Anzahl Kunden/Interessensgruppen

über die Tätigkeit der Kammer zu informieren. Das Ziel betreffend die Zugriffe auf die Webseite der Kammer ist nach unten korrigiert worden, nachdem die Daten für den Dreijahreszeitraum 2014 – 2016 zu hoch geschätzt worden sind. Das Ziel hinsichtlich der veröffentlichten Anzahl von Presseartikeln über die Kammer ist abgeändert worden, um die Klarheit derselben in den Vordergrund zu stellen.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten; Interessensvertretung; Dienstleistungen für die Unternehmen

Für Ziel relevante Abteilungen: Generalsekretariat

Indikatoren	Gewicht	Wert 2014	Ziel 2015	Ziel 2016	Ziel 2017
Newsletter-Abonnenten: Wert A, wobei A = Anzahl der Abonnenten von verschiedenen Newslettern der Kammer	33,3%	---	5.000	5.000	5.000
Anzahl der Zugriffe auf die Website der Kammer: Wert A, wobei A = Anzahl der Zugriffe auf die Website der Kammer:	33,3%	---	700.000	800.000	800.000
Anzahl der Presseartikel über die Kammer: Wert A, wobei A = Anzahl der veröffentlichten Presseartikel über die Handelskammer	33,3%	---	100	100	100

Strategisches Ziel 9 – Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Hier wird der Fokus vor allem auf folgende Aspekte gelegt: Einhaltung der Zahlungsfristen für die Lieferanten von Gütern und Dienstleistungen und schrittweise Reduzierung der Zahlungszeiten; Verringerung der bürokratischen Belastung der Kunden/Bürger; Verbesserung der Verwaltungstätigkeit des Handelsregisters; Informationstätigkeit und Vereinfachung der Verwaltungsverfahren. Der Indikator „Umgesetzte Maßnahmen zur Verwaltungsvereinfachung“ ist in Hinblick auf die 2014 bereits verwirklichten Schritte nach unten korrigiert worden, während der Indikator „Anzahl von Events zur Förderung der Transparenz“ die „Durchschnittliche Bearbeitungszeit für verschiedene Anträge an die Ämter der institutionellen Kammerdienste“ ersetzt hat, da dieser zu allgemein formuliert und im Vergleich zu den anderen Zielsetzungen schwer nachvollziehbar ist. Der Indikator „Umgesetzte Maßnahmen zur Verwaltungsvereinfachung“ ist an die erste Stelle gestellt worden.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen; Hoheitliche Tätigkeiten; Effiziente interne Verwaltung

Für Ziel relevante Abteilungen: Generalsekretariat; Verwaltungsdienste; Meldeamt der Kammer

Indikatoren	Gewicht	Wert 2014	Ziel 2015	Ziel 2016	Ziel 2017
Umgesetzte Maßnahmen zur Verwaltungsvereinfachung: Wert A, wobei A = Anzahl der angenommenen Maßnahmen zur Verwaltungsvereinfachung	33,3%	---	4	3	2
Anzahl von Events zur Förderung der Transparenz: Wert A, wobei A = Anzahl der Events zur Förderung der Transparenz	33,3%	---	2	2	2
Umsetzungsrate der Vorschläge der Kunden: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl der Vorschläge/Protestschreiben der Kunden mit positiver Lösung und B = Anzahl der Vorschläge/Protestschreiben der Kunden	33,3%	---	80%	80%	80%

Strategisches Ziel 10 – Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Hierbei sind die Strukturierung der Tätigkeit und der Prozesse unter dem Gesichtspunkt der Steigerung der Effizienz und der Qualität sowie der Anpassung der internen Prozesse an die technische Entwicklung gemeint. Der Indikator betreffend die Nutzung der zertifizierten elektronischen Post ist abgeschafft worden, da dies nicht messbar ist. Die Zielsetzungen betreffend die Abschaffung von Dokumenten in Papierform ist herabgesetzt worden, wobei die 2014 bereits ausgetauschten Vordrucke berücksichtigt worden sind. Der Indikator betreffend die elektronisch unterzeichneten Dokumente ist aufgrund seiner unmöglichen Erhebung gestrichen worden.

Perspektiven der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen; Hoheitliche Tätigkeiten; Effiziente interne Verwaltung; Interessensvertretung

Für Ziel relevante Abteilungen: Generalsekretariat; Verwaltungsdienste Meldeamt der Kammer; Landwirtschaft; Wirtschaftsförderung

Indikatoren	Gewicht	Wert 2014	Ziel 2015	Ziel 2016	Ziel 2017
Interne Weiterbildungsmaßnahmen für die Förderung und Entwicklung des E-Government: Wert A, wobei A = Anzahl der internen Weiterbildungsmaßnahmen für die Förderung und Entwicklung des E-Government	33,3%	---	1	2	2
Papierformulare, welche durch elektronische Verfahren ersetzt wurden: Wert A, wobei A = Anzahl der Papierformulare, welche mit elektronische Verfahren ersetzt wurden	33,3%	---	5	4	3
Organisation einer internen Veranstaltung zu den QM-Verfahren: Datum, innerhalb dem das Ziel erreicht werden muss	33,3%	---	31.12.15	31.12.16	31.12.17

Strategisches Ziel 11 – Personalentwicklung

Ziel der Handelskammer ist die Verbesserung der Kompetenzen der Bediensteten, indem spezifische Bildungsprogramme geschaffen und gefördert werden. Die Anzahl der Rundschreiben, die an die Bediensteten verschickt werden, ist abgeschafft worden, da mehr Gewicht auf die Organisation von Veranstaltungen gelegt wird, im Rahmen derer die wichtigsten Themen der Handelskammer direkt mit dem Personal besprochen werden können.

Perspektive der BSC: Lernen und Entwicklung

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen; Hoheitliche Tätigkeiten; Effiziente interne Verwaltung; Interessensvertretung

Für Ziel relevante Abteilungen: Generalsekretariat; Verwaltungsdienste; Meldeamt der Kammer; Landwirtschaft; Wirtschaftsförderung; Wirtschaftsforschung

Indikatoren	Gewicht	Wert 2014	Ziel 2015	Ziel 2016	Ziel 2017
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeitergespräche im Jahr: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl der strukturierten Gespräche mit den eigenen Mitarbeitern und B = Anzahl der Mitarbeiter	33,3%	---	1	1	1
Umsetzungsrate des Bildungsplanes: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl der durchgeführten internen Kurse und B = Anzahl der intern im Bildungsplan vorgesehenen Kurse	33,3%	---	80%	80%	80%
Anzahl der Informationsveranstaltungen für die Mitarbeiter der Kammer Wert A, wobei A = Anzahl der organisierten Informationsveranstaltungen	33,3%	---	2	3	3

Strategisches Ziel 12 – Wirtschaftlich-finanzielles Gleichgewicht der Körperschaft

Ziel der Handelskammer ist der Erhalt des wirtschaftlich-finanziellen Gesundheitszustands der Körperschaft und Sicherung der mittel- und langfristigen Finanzierbarkeit, auch in Bezug auf den Stabilitätspakt. Der Indikator betreffend den wirtschaftlichen Ausgleich der laufenden Verwaltung ist abgeändert worden, um die vorgesehene Reduzierung der laufenden Einnahmen im Dreijahreszeitraum 2015 – 2017 zu berücksichtigen.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Effiziente interne Verwaltung

Für Ziel relevante Abteilungen: Verwaltungsdienste

Indikatoren	Gewicht	Wert 2014	Ziel 2015	Ziel 2016	Ziel 2017
Wirtschaftliches Gleichgewicht der laufenden Verwaltung: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = laufende Kosten und B = laufende Erträge	33,3%	---	<125%	<130%	<130%

Indikatoren	Gewicht	Wert 2014	Ziel 2015	Ziel 2016	Ziel 2017
Finanzielle Solidität: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Eigenkapital und B = Gesamtkapital	33,3%	---	60%	60%	60%
Fähigkeit, Einnahmen zu erzielen: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = laufende Erträge - (Einnahmen aus Jahresgebühren + Sekretariatsgebühren) und B = laufende Erträge (Jahresgebühren und Sekretariatsgebühren)	33,3%	---	20%	20%	20%

Strategisches Ziel 13 – Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft

Ziel ist die Aufwertung der verfügbaren Finanz-, Vermögens- und technischen Ressourcen, nach dem Gesichtspunkt der Effizienz und der Wirksamkeit, sowie Steigerung des Humankapitals. Der Indikator „Zusammensetzung der laufenden Ausgaben (wirtschaftliche Eingriffe)“ ist ersetzt worden, um die Änderungen des Haushalts 2015/2016/2017 zu berücksichtigen.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen; Hoheitliche Tätigkeiten; Effiziente interne Verwaltung; Interessensvertretung

Für Ziel relevante Abteilungen: Generalsekretariat; Verwaltungsdienste; Meldeamt der Kammer; Landwirtschaft; Wirtschaftsförderung; Wirtschaftsforschung

Indikatoren	Gewicht	Wert 2014	Ziel 2015	Ziel 2016	Ziel 2017
Effizienz der Struktur: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = laufende Kosten der institutionellen Funktion A + B und B = laufende Kosten abzüglich Abschreibungen	33,3%	---	<80%	<80%	<80%
Zusammensetzung der laufenden Kosten (Personalausgaben): Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Personalausgaben und B = laufende Ausgaben	33,3%	---	>120%	>130%	>150%
Dimensionierung des Personals: Verhältnis $[A \cdot 1000]$ zu B, wobei A = Angestellte (einschließlich Sonderbetriebe und Generalsekretariat) die in der Handelskammer im Jahr tätig waren und B = aktive Unternehmen	33,3%	---	2,5	2,5	2,5

6 VON DEN STRATEGISCHEN ZIELEN ZU DEN OPERATIVEN ZIELEN

Der Begriff „operatives Ziel“ definiert die Aktionen, welche notwendig sind, um die strategischen Programme zu implementieren und die dazugehörigen Modalitäten festzulegen. Nachfolgend werden die operativen Ziele für das Jahr 2015 aufgeführt:

6.1 Operativer Plan

Der Übergang von den strategischen Zielen zu den operativen Zielen. Der operative Plan sieht folgendermaßen aus:

Ziel	Strategischer Bereich Interessensvertretung	Strategischer Bereich Hoheitliche Tätigkeiten	Strategischer Bereich Dienstleistungen für die Unternehmen	Strategischer Bereich Effiziente interne Verwaltung
Perspektive der BSC Kunden				
➤ Strategisches Ziel 1 – Sensibilisierung für Wirtschaftsthemen und Förderung einer unternehmensnahen Wirtschaftspolitik	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 1.1 – Festigung der Anzahl der Unterrichtsstunden an den Südtiroler Schulen im Rahmen des Projektes „Schule - Wirtschaft“	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 1.2 – Vervollständigung der didaktischen Materialien für die Schulen im Rahmen des Projektes „Schule - Wirtschaft“	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 1.3 – Organisation der Veranstaltungen und Events für die Schüler/Studenten der Südtiroler Schulen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Strategisches Ziel 2 – Modernes Weiterbildungsangebot für die Südtiroler Wirtschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 2.1 – Schaffung eines umfassenden und praxisorientierten Ausbildungsangebotes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 2.2 – Kundenorientierte und neutrale Sicherstellung der Bildungsberatung und Information über die Personalentwicklung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Strategisches Ziel 3 – Marktregelung und Wettbewerbsschutz	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 3.1 – Hoher Prozentsatz an erledigten Anträgen um Überwachung von Preisausschreiben und Gewinnspielen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 3.2 – Bekämpfung von „irreführender Geschäftspraktiken“	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 3.3 – Erhöhung der Anzahl der Weinbetriebe mit Qualitätszertifikat	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 3.4 – Vereinfachung der Verfahren für die Löschanträge bei Wechselprotesten	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 3.5 – Hoher Grad an Abarbeitung der Anträgen für die Überprüfung der Eichinstrumente	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ziel	Strategischer Bereich Interessenvertretung	Strategischer Bereich Hoheitliche Tätigkeiten	Strategischer Bereich Dienstleistungen für die Unternehmen	Strategischer Bereich Effiziente interne Verwaltung
• Operatives Ziel 3.6 – Aufrechterhaltung der Anzahl an Inspektionen des Eichdienstes in technischen Zentren und Laboratorien, welche Anspruch auf regelmäßige Überprüfung haben	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 3.7 – Beibehaltung der Anzahl der Edelmetallproben, welche bei Inspektionen von Goldschmieden und Juwelieren mitgenommen werden	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 3.8 – Durchführung der Inspektionen des Eichdienstes im Rahmen der Vereinbarung mit der Unioncamere	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 3.9 – Durchführung der Inspektionen des Wettbewerbsschutzes im Rahmen der Vereinbarung mit der Unioncamere	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Strategisches Ziel 4 – Analyse der Südtiroler Wirtschaftsstruktur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 4.1 – Anfragen von Kunden bezüglich statistischer Daten über die Südtiroler Wirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 4.2 – Analyse der Konjunkturentwicklung in Südtirol	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 4.3 – Aktualisierung der Eckdaten der Südtiroler Wirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 4.4 – Einführung einer neuen Software für die Bibliothek der Kammer	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Strategisches Ziel 5 – Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 5.1 – Förderung des Unternehmergeistes der Südtiroler Studenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 5.2 – Unterstützung von Personen, die sich selbstständig machen möchten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 5.3 – Begleitung und Unterstützung junger Unternehmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 5.4 – Werbung für die Software zur Lebensmitteletikettierung (Food-Label-Check)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 5.5 – Sensibilisierung der Unternehmen über das Thema Unternehmensnachfolge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 5.6 – Zunahme der Beratungsaktivität des Dienstes Produktsicherheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 5.7 – Beratungen „Fit für die Zukunft“	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 5.8 – Entwicklung des Projekts Patlib	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Strategisches Ziel 6 – Förderung der alternativen Streitbeilegung (Alternative Dispute Resolution)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 6.1 – Festigung der Anzahl der Mediationsverfahren	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 6.2 – Optimierung der durchschnittlichen Verfahrensdauer	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ziel	Strategischer Bereich Interessenvertretung	Strategischer Bereich Hoheitliche Tätigkeiten	Strategischer Bereich Dienstleistungen für die Unternehmen	Strategischer Bereich Effiziente interne Verwaltung
bei alternativen Streitbelegungen (Alternative Dispute Resolution)				
• Operatives Ziel 6.3 - Optimierung der durchschnittlichen Verfahrensdauer bei Mediationen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 6.4 - Optimierung der durchschnittlichen Zeit zwischen Eingang der Mediationsantrags und dem erstem Mediationstreffen (in Tagen)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 6.5 - Festigung der Anzahl der Besuche auf der Webseite zur alternativen Streitbeilegung der Handelskammer	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Strategisches Ziel 7 - Förderung der Internationalisierung und der Qualitätsprodukte des Landes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 7.1 - Festigung der Anzahl der Kundenkontakte im Bereich Internationalisierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 7.2 - Durchführung des Messeprogramms 2015 der EOS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 7.3 - Durchführung des Programms 2015 der EOS in Zusammenarbeit mit dem WIFI für Seminare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 7.4 - Ausbau der Werbeaktivität für Südtiroler Qualitätsprodukte in neuen Märkten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 7.5 - Ausbau der Werbeaktivität in großen Lebensmittelketten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 7.6 - Verbesserung des Rufs und Steigerung des Bekanntheitsgrads der Südtiroler Qualitätsprodukte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Strategisches Ziel 8 - Verbesserung der institutionellen Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 8.1 - Externe Kommunikation: Resonanz von eingesendeten Pressemeldungen der lokalen Massenmedien	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 8.2 - Externe Kommunikation: redaktionelle Seiten in den lokalen Medien	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 8.3 - Erstellung eines Marketingkonzeptes für das Merkantilmuseum (2015)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Strategisches Ziel 9 - Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 9.1 - Optimierung der durchschnittlichen Zeit bis zur Online-Veröffentlichung der Verwaltungsmaßnahmen (in Tagen)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 9.2 - Verkürzung der Registrierungszeit von Eingangsrechnungen der Sonderbetriebe	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 9.3 - Verkürzung der notwendigen Zeit für die Aussendung von Zahlungsaufträgen der Eingangsrechnungen der Sonderbetriebe	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 9.4 - Verbesserung der Qualität der Datenbank des	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Ziel	Strategischer Bereich Interessenvertretung	Strategischer Bereich Hoheitliche Tätigkeiten	Strategischer Bereich Dienstleistungen für die Unternehmen	Strategischer Bereich Effiziente interne Verwaltung
Handelsregisters				
• Operatives Ziel 9.5 – Zeitnahe Eintragung ins Handelsregister bei Fusionen und Unternehmensspaltungen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 9.6 – Erprobung der Software AGEST für die Anträge des grenzüberschreitenden Transports von Abfällen im Verzeichnis der Umweltfachbetriebe	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 9.7 – Vereinfachung des Programmes XAC für die Lieferungen von Gütern und Dienstleistungen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 9.8 – Verbesserung der Qualität der Datenbank des Handelsregisters für handwerkliche Unternehmen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 9.9 – Ausbau der telematischen Meldungen an die Kontrollstelle für Wein durch die Vereinfachung des technischen Verfahrens	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 9.10 – Pünktlichkeit der Zahlungen der Lieferantenrechnungen der Kammer	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 9.11 – Umsetzung der vom Dreijährigen Plan für die Vorbeugung und Bekämpfung der Korruption und der Illegalität vorgesehenen Maßnahmen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Perspektive der BSC <i>Interne Prozesse</i>				
➤ Strategisches Ziel 10 - Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.1 – Hoher Prozentsatz der innerhalb von 48 Stunden nach Antragstellung ausgestellten Ursprungszeugnissen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.2 – Hoher Prozentsatz der innerhalb von 48 Stunden nach Antragstellung ausgestellten Sichtvermerke	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.3 – Hoher Prozentsatz der innerhalb von 48 Stunden nach Antragstellung ausgestellten Carnets ATA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.4 – Niedrighaltung der Beanstandungszahlen von den Kunden bei dem Sekretariat der Kammer und den Dienstleistungen des ADR	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.5 – Einführung eines neuen Präsenzerfassungssystems	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.6 – Vereinfachung der Personalbeschaffung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.7 – Verkürzung des Zeitraums, innerhalb dem dem Personal geantwortet wird	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.8 – Zeitnahe Aktualisierung der Aktiva	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.9 – Pünktliche Erstellung der jährlichen Steuerrollen 2012	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.10 – Pünktliche Verbuchung der Gehälter	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Ziel	Strategischer Bereich Interessenvertretung	Strategischer Bereich Hoheitliche Tätigkeiten	Strategischer Bereich Dienstleistungen für die Unternehmen	Strategischer Bereich Effiziente interne Verwaltung
• Operatives Ziel 10.11 – Erstellung der neuen Internetseite der Kammer	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.12 – Zugriff auf den institutionellen E-Mail-Account durch das Mobiltelefon	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.12 – Verkürzung der durchschnittlichen Zeit für die Bearbeitung der telematischen Meldungen zur Eintragung in das Handelsregister	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.13 – Verkürzung der Bearbeitungszeiten für die beim Handelsregister hinterlegten Bilanzen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.14 – Weiterbildung für die Anwender der Programme, die für die Meldungen an das Handelsregister verwendet werden	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.15 – Verbesserung der Projektentwicklung und der Handhabung der Unternehmensanfragen im Bereich Internationalisierung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.16 – Steigerung der Zahl an telematischen Verfahren in der Sektion des Verzeichnisses der Umweltfachbetriebe	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.17 – Durchführung von Schulungen über die telematische Übermittlung der Akten an das Amt Handwerk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.18 – Einhaltung der gesetzlichen Bearbeitungsfristen im Amt für Handwerk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Perspektive der BSC Lernen und Entwicklung				
➤ Strategisches Ziel 11 – Personalentwicklung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 11.1 – Sicherstellung einer angemessenen Weiterbildung des Personals	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 11.2 – Audit Familie-Beruf	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 11.3 – Personalentwicklung bei der EOS	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 11.4 – Einführung und Erstellung eines Personalbedarfsplanes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Perspektive der BSC Finanzen				
➤ Strategisches Ziel 12 – Wirtschaftlich-finanzielles Gleichgewicht der Körperschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 12.1 – Periodischer Vergleich des wirtschaftlichen Budgets mit der analytischen Kostenrechnung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 12.2 – Aktualisierung des wirtschaftlichen Budgets der Sonderbetriebe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 12.3 – Aufrechterhaltung des Prozentsatzes der Einhebung der Jahresgebühren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
➤ Strategisches Ziel 13 – Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Ziel	Strategischer Bereich Interessensvertretung	Strategischer Bereich Hoheitliche Tätigkeiten	Strategischer Bereich Dienstleistungen für die Unternehmen	Strategischer Bereich Effiziente interne Verwaltung
• Operatives Ziel 13.1 – Abschluss der Abrechnung der Landesbeiträge	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 13.2 - Verkürzung der Zeiten für das Aussenden der 3. Mahnung an die Kunden der Sonderbetriebe	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 13.3 - Reduzierung der durchschnittlichen Kosten für die Durchführung von Auswahlverfahren	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 13.4 - Digitalisierung der monatlichen Akten des Lohnbüros	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 13.5 - Optimale Nutzung des Budgets der EOS für die Entwicklung der Internationalisierung und des Marketings für Südtiroler Qualitätsprodukte	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 13.6 - Reduzierung der durchschnittlichen Kosten für die Durchführung der Verwaltungsverfahren für die Löschung der Wechsel- und Scheckproteste	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 13.7 - Reduzierung der durchschnittlichen Kosten für die Durchführung der Verfahren für den Erwerb von Waren und Dienstleistungen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

6.2 Operative Ziele im Detail

Der Begriff operatives Ziel definiert die notwendigen Aktionen zur Implementierung der strategischen Programme und der dazugehörigen Modalitäten. Die Zielvorgaben verstehen sich als „>=“, außer es ist im Dokument anders angeführt.

Operatives Ziel 1.1 – Festigung der Anzahl der Unterrichtsstunden an den Südtiroler Schulen im Rahmen des Projektes „Schule – Wirtschaft“

Das Ziel der WIFO ist die Sensibilisierung der Schüler und Studenten auf Wirtschaftsthemen mittels Präsentationen und Vorträgen über die Südtiroler Wirtschaft in Schulen im Rahmen des Projektes „Schule – Wirtschaft“.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung

Strategisches Ziel: Sensibilisierung für Wirtschaftsthemen und Förderung einer unternehmensnahen Wirtschaftspolitik

Zuständige Ämter: Studien, Wirtschaftsinformation, Wirtschaftspolitik

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Unterrichtseinheiten an Schulen: Wert A, wobei A = Anzahl der Vorträgen an Schulen im Rahmen des Projektes „Schule – Wirtschaft“	100%	20

Operatives Ziel 1.2 – Vervollständigung der didaktischen Materialien für die Schulen im Rahmen des Projektes „Schule – Wirtschaft“

Das WIFO verteilt didaktisches Material, um die Schüler und Studenten für die Wirtschaft zu sensibilisieren. Das Ziel sieht die Aktualisierung dieser Materialien seitens des Dienstes „Schule – Wirtschaft“ vor.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung

Strategisches Ziel: Sensibilisierung für Wirtschaftsthemen und Förderung einer unternehmensnahen Wirtschaftspolitik

Zuständige Ämter: Studien, Wirtschaftsinformation, Wirtschaftspolitik

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	31.12.2015

Operatives Ziel 1.3 – Organisation der Veranstaltungen und Events für die Schüler/Studenten der Südtiroler Schulen

Das Ziel beinhaltet die Sensibilisierung der Schüler und Studenten für die Wirtschaft mittels Veranstaltungen und Events (Ideenwettbewerbe, Organisation eines Wirtschaftstages und andere Events von der Handelskammer).

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung

Strategisches Ziel: Sensibilisierung für Wirtschaftsthemen und Förderung einer unternehmensnahen Wirtschaftspolitik

Zuständige Ämter: Studien, Wirtschaftsinformation, Wirtschaftspolitik

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Veranstaltungen und Events des Projektes „Schule-Wirtschaft“: Wert A, wobei A = Anzahl der Veranstaltungen und Events im Rahmen des Projektes „Schule - Wirtschaft“	100%	2

Operatives Ziel 2.1 - Schaffung eines umfassenden und praxisorientierten Ausbildungsangebotes

Das Ziel ist es, über das WIFI zwischenbetriebliche und zugeschnittene Bildungsveranstaltungen durchzuführen.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Modernes Weiterbildungsangebot für die Südtiroler Wirtschaft

Zuständige Ämter: WIFI – Weiterbildung und Personalentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Im WIFI durchgeführte Veranstaltungen: Wert A, wobei A = Anzahl der vom WIFI durchgeführten Veranstaltungen	100%	200

Operatives Ziel 2.2 - Kundenorientierte und neutrale Sicherstellung der Bildungsberatung und Information über die Personalentwicklung

Die Informationen und garantierten Beratungen orientieren sich nicht am Verkauf sondern am Kunden.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Modernes Weiterbildungsangebot für die Südtiroler Wirtschaft

Zuständige Ämter: WIFI – Weiterbildung und Personalentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Beratungen und Informationen über die Personalentwicklung: Wert A, wobei A = Anzahl der durchgeführten Beratungen (eventuell Anzahl des verteilten Informationsmaterials)	100%	150

Operatives Ziel 3.1 – Hoher Prozentsatz an erledigten Anträgen um Überwachung von Preisausschreiben und Gewinnspielen

Dieses Ziel betrifft das Erreichen eines hohen prozentuellen Anteils der ermittelten Sieger von Prämienziehungen im Verhältnis zu den gesamten eingelangten Anträgen um Überwachung von Gewinnspielen; zu diesem Zweck werden die mindestens 15 Tagen vor dem Termin für die Ziehung der Gewinner eingelangten Anträge berücksichtigt.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Zuständige Ämter: Berufsbefähigungen, Gastgewerbe und Handel

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Erhaltene Anträge zur Überwachung von Gewinnspielen: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der Erhaltene Anträge zur Überwachung von Gewinnspielen und B = überwachte Gewinnspiele in der gleichen Bezugsperiode	100%	70%

Operatives Ziel 3.2 – Bekämpfung von „irreführender Geschäftspraktiken“

Ausgehend von den Anzeigen der Kunden der Kammer sollen die Unternehmen durch Pressemitteilungen und Bekanntmachungen auf der Webseite der Kammer auf einige irreführende Geschäftspraktiken aufmerksam gemacht werden.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Zuständige Ämter: Sekretariat der Kammer und Amt für die Beziehungen der Öffentlichkeit

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Pressemitteilungen über irreführende Geschäftspraktiken: Wert A, wobei A = Anzahl der Pressemitteilungen oder Hinweise auf der Website der Kammer über irreführende Geschäftspraktiken	100%	5

Operatives Ziel 3.3 – Erhöhung der Anzahl der Weinbetriebe mit Qualitätszertifikat

Das Ziel ist es, die Zahl der Weinbetriebe mit DOC-Kennzeichnung zu vergrößern. Die Qualitätszertifizierung gibt den Weinen einen zusätzlichen Wert, was einen Vorteil für alle Teilnehmer der Produktionskette darstellt.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Zuständige Ämter: Rebbau und Weinwirtschaft

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Zertifizierte Weinbetriebe: Veränderungen in % gegenüber dem Stand: $A(t) - A(t0) / A(t0)$, wobei A = Anzahl der Weinbetriebe mit Qualitätszertifikat	100%	+1%

Operatives Ziel 3.4 – Vereinfachung der Verfahren für die Löschanträge bei Wechselprotesten

Das Ziel ist die Verkürzung der Bearbeitungszeit der Löschanträge für Wechsel- oder Scheckproteste; es wird angenommen, dass man in der Lage ist, die gesetzlich vorgeschriebene Zeitraum von 20 Tagen auf mindestens 10 Tage zu reduzieren und somit eine Zeitersparnis von 50% erreichen kann.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Zuständige Ämter: Vermögen, Ökonomat und Verträge

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Durchschnittliche Bearbeitungszeit für Löschanträge von Wechselprotesten: Verhältnis von A und B in %, wobei A = durchschnittliche Zeit in Tagen zwischen Ankunft des Löschantrags und deren Bearbeitung (Aussendung der Annahme- oder der Ablehnungsmaßnahme) und B = Minimaldauer in Tagen des Aussendungsverfahrens	100%	50%

Operatives Ziel 3.5 – Hoher Grad an Abarbeitung der Anträgen für die Überprüfung der Eichinstrumente

Das Ziel sieht die Erreichung eines hohen Prozentsatzes für die Bearbeitung der Überprüfungsanträge der Eichinstrumente vor.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Zuständige Ämter: Umwelt- und Wettbewerbsschutz (+ Eichdienst)

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Vom Eichdienst erhaltene Überprüfungsanfragen: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl an erhaltenen Anfragen für die Überprüfung der Eichinstrumente und B = Anzahl der bearbeiteten Anfragen für die Überprüfung der Eichinstrumente	100%	100%

Operatives Ziel 3.6 – Aufrechterhaltung der Anzahl an Inspektionen des Eichdienstes in technischen Zentren und Laboratorien, welche Anspruch auf regelmäßige Überprüfung haben

Das Ziel betrachtet die Inspektionsbesuche des Eichdienstes in technischen Zentren (Tachographen-Überprüfung) und autorisierten Laboratorien (Laboratorien mit Ermächtigung zur periodischen Überprüfung).

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Zuständige Ämter: Umwelt- und Wettbewerbsschutz (+ Eichdienst)

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Inspektionen des Eichdienstes in technischen Zentren und Laboratorien: Veränderungen in % gegenüber dem Stand: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, wobei A = Inspektionen des Eichdienstes in technischen Zentren und autorisierten Laboratorien	100%	0%

Operatives Ziel 3.7 – Beibehaltung der Anzahl der Edelmetallproben, welche bei Inspektionen von Goldschmieden und Juwelieren mitgenommen werden

Dieses Ziel bezieht sich auf die Anzahl der Edelmetallproben, d.h. Gold, Silber, Palladium und Platin, welche während der Inspektionen bei Goldschmieden und Juwelieren mitgenommen werden.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Zuständige Ämter: Umwelt- und Wettbewerbsschutz (+ Eichdienst)

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Für die Edelmetallanalyse abgeholte Proben: Veränderungen in % gegenüber dem Stand: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, wobei A = Anzahl der für die Edelmetallanalyse mitgenommenen Proben	100%	0 - 10%

Operatives Ziel 3.8 – Durchführung der Inspektionen des Eichdienstes im Rahmen der Vereinbarung mit Unioncamere

Der Eichdienst führt die Inspektionen im Rahmen der Überwachungstätigkeit aus, welche von der Vereinbarung SVIM (sorveglianza e vigilanza sul mercato) der Unioncamere vorgesehen sind.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Zuständige Ämter: Umwelt- und Wettbewerbsschutz (+ Eichdienst)

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Einhaltung der Vereinbarung Ministerium – Unioncamere: Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden muss	100%	31.12.2015

Operatives Ziel 3.9 – Durchführung der Inspektionen des Wettbewerbsschutzes im Rahmen der Vereinbarung mit der Unioncamere

Der Bereich Wettbewerbsschutz führt die Inspektionen im Rahmen der Überwachungstätigkeit durch, welche von der Vereinbarung SVIM (sorveglianza e vigilanza sul mercato) mit Unioncamere vorgesehen ist.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Zuständige Ämter: Umwelt- und Wettbewerbsschutz (+ Eichdienst)

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Inspektionen des Bereichs Wettbewerbsschutz: Wert A, wobei A = Anzahl der Inspektionen des Bereichs Wettbewerbsschutz im Rahmen der Vereinbarung zur Überwachung und Marktaufsicht (SVIM - sorveglianza e vigilanza sul mercato) mit Unioncamere	100%	4

Operatives Ziel 4.1 – Anfragen von Kunden bezüglich statistischer Daten über die Südtiroler Wirtschaft

Das WIFO ist bestrebt, auf die Anfragen für die Statistiken und Daten über die Südtiroler Wirtschaft zu antworten, um die Wirtschaft zu informieren und deren Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung

Strategisches Ziel: Analyse der Südtiroler Wirtschaftsstruktur

Zuständige Ämter: Studien, Wirtschaftsinformation, Wirtschaftspolitik

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Anfragen zu Statistiken und Daten über die Südtiroler Wirtschaft: Wert A, wobei A = Anzahl der Anfragen zu Statistiken und Daten über die Südtiroler Wirtschaft, die beantwortet wurden	100%	100

Operatives Ziel 4.2 – Analyse der Konjunktorentwicklung in Südtirol

Das Wirtschaftsbarometer sichert die Beobachtung des Trends der Südtiroler Wirtschaft. Die Unternehmer, welche verschiedenen Sektoren angehören, werden angehalten eine Einschätzung des Trends zu den eigenen Tätigkeiten zu liefern, und ebenso ihre Prognosen für die Zukunft anzugeben. Es werden Umsätze, Aufträge, Investitionen, die Beschäftigungsdynamik und die Rentabilität untersucht.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung

Strategisches Ziel: Analyse der Südtiroler Wirtschaftsstruktur

Zuständige Ämter: Studien, Wirtschaftsinformation, Wirtschaftspolitik

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Editionen des Wirtschaftsbarometers: Wert A, wobei A = Anzahl der durchgeführten Konjunkturanalysen	100%	2

Operatives Ziel 4.3 – Aktualisierung der Eckdaten der Südtiroler Wirtschaft

Das WIFO erhebt monatlich die wichtigsten Basisdaten zur Südtiroler Wirtschaft.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung

Strategisches Ziel: Analyse der Südtiroler Wirtschaftsstruktur

Zuständige Ämter: Studien, Wirtschaftsinformation, Wirtschaftspolitik

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Monatliche Berichte über die Südtiroler Wirtschaft: Wert A, wobei A = Anzahl der monatlichen Berichte über die Südtiroler Wirtschaft	100%	12

Operatives Ziel 4.4 – Einführung einer neuen Software für die Bibliothek der Kammer

Das WIFO hat sich das Ziel gesetzt, ein neues EDV-System für die Verwaltung der Bibliothek der Kammer einzuführen.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung

Strategisches Ziel: Analyse der Südtiroler Wirtschaftsstruktur

Zuständige Ämter: Studien, Wirtschaftsinformation, Wirtschaftspolitik

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	31.12.2015

Operatives Ziel 5.1 – Förderung des Unternehmergeistes der Südtiroler Studenten

Die Kammer hat sich das Ziel gesetzt, die Schüler und Studenten über Selbständigkeit und Unternehmensgründung zu informieren.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung

Zuständige Ämter: Innovation und Unternehmensentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Vorträge zum Thema Unternehmensgründung an den Schulen: Wert A, wobei A = Anzahl der Vorträge zum Thema Existenzgründung an den Schulen	100%	10

Operatives Ziel 5.2 – Unterstützung von Personen, die sich selbstständig machen möchten

Das Ziel sieht das Angebot an individuellen Gesprächen und kostenfreien Beratungen für Personen vor, die sich selbstständig machen möchten.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung

Zuständige Ämter: Innovation und Unternehmensentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Vom Service für Unternehmensgründung angebotene Erstberatungsgespräche: Wert A, wobei A = Anzahl der vom Service für Unternehmensgründung angebotene Erstberatungsgespräche	100%	300

Operatives Ziel 5.3 – Begleitung und Unterstützung junger Unternehmer

Die Kammer bietet eine Unterstützung für junge Unternehmer in der Anfangsphase ihrer Eigenständigkeit (maximal 5 Jahre) an, indem sie eine Plattform zum Austausch von Erfahrungen und Know-How bereit stellt.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung

Zuständige Ämter: Innovation und Unternehmensentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
"Start-up Aperitif": Wert A, wobei A = Anzahl der "Start-up Aperitife"	100%	2

Operatives Ziel 5.4 – Werbung für die Software zur Lebensmittelekettierung (Food-Label-Check)

Die Anwendung Food-Label-Check erlaubt es, auf intuitive Weise zu überprüfen, ob die Kennzeichnung der Lebensmittel allen Anforderungen entspricht.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen
Strategisches Ziel: Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung
Zuständige Ämter: Innovation und Unternehmensentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Registrierte Nutzer der Software Food-Label-Check: Wert A, wobei A = Anzahl der registrierten Nutzer der EDV-Anwendung Food-Label-Check	100%	300

Operatives Ziel 5.5 - Sensibilisierung der Unternehmen über das Thema Unternehmensnachfolge

Die Kammer hat sich das Ziel gesetzt, die Unternehmen über die Notwendigkeit eines angemessenen Kommunikationsflusses während des Prozesses der Unternehmensübergabe zu sensibilisieren.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen
Strategisches Ziel: Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung
Zuständige Ämter: Innovation und Unternehmensentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Anzahl der Erstberatungen zum Thema der Unternehmensübergabe: Wert A, wobei A = Anzahl der Erstberatungen zum Thema Unternehmensübergabe	100%	10

Operatives Ziel 5.6 - Sensibilisierung über die Notwendigkeit der Produktzertifizierung CE

Mit der Sensibilisierung über die Notwendigkeit der CE Zertifizierung möchte die Kammer ihren Beitrag zum Wettbewerbsschutz leisten.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen
Strategisches Ziel: Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung
Zuständige Ämter: Innovation und Unternehmensentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Pressemitteilungen über die CE-Zertifizierung: Wert A, wobei A = Anzahl der Pressemitteilungen über das Thema CE-Zertifizierung	100%	20

Operatives Ziel 5.7 – Beratung „Fit für die Zukunft“

Die Kammer setzt sich das Ziel, das Projekt zur Unternehmensentwicklung „Fit für die Zukunft“ zu fördern.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung

Zuständige Ämter: Innovation und Unternehmensentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Beratungen „Fit für die Zukunft“: Wert A, wobei A = Anzahl der Unternehmen, die den Dienst „Fit für die Zukunft“ in Anspruch genommen haben	100%	50

Operatives Ziel 5.8 – Entwicklung des Projekts Patlib

Die Kammer setzt sich zum Ziel, die Recherchen im Bereich der Marken zu fördern.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung

Zuständige Ämter: Innovation und Unternehmensentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Patlib: Wert A, wobei A = Anzahl der Markenrecherchen	100%	100

Operatives Ziel 6.1 – Festigung der Anzahl der Mediationsverfahren

Die Mediationsstelle setzt sich das Ziel die wachsende Zahl an Mediationsverfahren gemäß dem Gesetzesdekret Nr. 28/2010 zu bewältigen.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Förderung der alternativen Streitbeilegung (Alternative Dispute Resolution)

Zuständige Ämter: Sekretariat der Kammer und Amt für die Beziehungen zur Öffentlichkeit

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Mediationsverfahren: Wert A, wobei A = Anzahl der hinterlegten Mediationsverfahren	100%	230

Operatives Ziel 6.2 – Optimierung der durchschnittlichen Verfahrensdauer bei alternativen Streitbelegungen (Alternative Dispute Resolution)

Das Ziel ist die Verkürzung der durchschnittlichen Verfahrensdauer bei alternativen Streitbelegungen in Tagen (die Mediationsverfahren werden gemäß dem Gesetzesdekret Nr. 28/2010 nicht berücksichtigt).

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Förderung der alternativen Streitbeilegung (Alternative Dispute Resolution)

Zuständige Ämter: Sekretariat der Kammer und Amt für die Beziehungen zur Öffentlichkeit

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Alternative Streitbelegungsverfahren (ADR): Verhältnis von A und B, wobei A = Summe der Verfahrensdauer (Tage) aller alternativen Streitbelegungsverfahren (ADR) und B = Gesamtzahl der alternativen Streitbelegungsverfahren (ADR)	100%	<190

Operatives Ziel 6.3 – Optimierung der durchschnittlichen Verfahrensdauer der Mediationsverfahren

Das Ziel ist die Verkürzung der Dauer von Mediationsverfahren.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Förderung der alternativen Streitbeilegung (Alternative Dispute Resolution)

Zuständige Ämter: Sekretariat der Kammer und Amt für die Beziehungen zur Öffentlichkeit

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Dauer der Mediationsverfahren: Verhältnis von A und B, wobei A = Summe der Verfahrensdauer (Tage) aller Mediationsverfahren und B = Gesamtzahl der Mediationsverfahren	100%	<100

Operatives Ziel 6.4 – Optimierung der durchschnittlichen Zeit zwischen Eingang der Mediationsantrags und dem erstem Mediationstreffen (in Tagen)

Das Ziel ist es, die durchschnittliche Zeit zwischen dem Eingang des Mediationsantrags und dem ersten Mediationstreffen zu verkürzen.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Förderung der alternativen Streitbeilegung (Alternative Dispute Resolution)

Zuständige Ämter: Sekretariat der Kammer und Amt für die Beziehungen zur Öffentlichkeit

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Durchschnittliche Zeit zur Bearbeitung der Mediationsverfahren: Verhältnis von A und B, wobei A = Summe der Verfahrensdauer (Tage) zwischen Eingang des Mediationsantrags und dem ersten Mediationstreffen und B = Gesamtzahl der Mediationsverfahren bei Vorhandensein des ersten Mediationstreffens	100%	<50

Operatives Ziel 6.5 - Festigung der Anzahl der Besuche auf der Webseite zur alternativen Streitbeilegung der Handelskammer

Es wird darauf abgezielt, die Anzahl der Besuche auf der Website zur alternativen Streitbeilegung der Kammer durch die ständige Aktualisierung der auf der Internetseite veröffentlichten Informationen zu festigen.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Förderung der alternativen Streitbeilegung (Alternative Dispute Resolution)

Zuständige Ämter: Sekretariat der Kammer und Amt für die Beziehungen zur Öffentlichkeit

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Besuche auf der Website zur alternativen Streitbeilegung der Handelskammer: Wert A, wobei A = Anzahl der Besuche auf der Website zur alternativen Streitbeilegung der Handelskammer	100%	6.000

Operatives Ziel 7.1 - Festigung der Anzahl der Kundenkontakte im Bereich Internationalisierung

Die Export Organisation Südtirol (EOS) hat sich das Ziel gesetzt, ihre Attraktivität zu steigern, indem sie das Serviceangebot erweitert.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung der Internationalisierung und der Qualitätsprodukte des Landes

Zuständige Ämter: Export Organisation Südtirol - EOS

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Internationale Kontakte der EOS: Wert A, wobei A = Anzahl der Kundenkontakte aus dem Bereich der Internationalisierung der EOS	100%	2.000

Operatives Ziel 7.2 - Durchführung des Messeprogramms 2015 der EOS

Das Ziel sieht die Organisation der Gemeinschaftststände von Südtiroler Unternehmen auf den wichtigsten Messen im In- und im Ausland vor; die EOS hat außerdem vor, auf neuen Messen und in neuen Wirtschaftsbranchen präsent zu sein.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung der Internationalisierung und der Qualitätsprodukte des Landes

Zuständige Ämter: Export Organisation Südtirol - EOS

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
An Gemeinschaftsmesseständen teilnehmende Unternehmen, welche von der EOS organisiert sind: Wert A, wobei A = Anzahl der an Gemeinschaftsmesseständen teilnehmenden Unternehmen, welche von der EOS organisiert sind	50%	450
Trend der von der EOS organisierten Messen: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der neuen von der EOS organisierten Messen und B = Gesamtzahl der von der EOS organisierten Messen	50%	15%

Operatives Ziel 7.3 – Durchführung des Programms 2015 der EOS in Zusammenarbeit mit dem WIFI für Seminare

Das Ziel sieht vor, Seminare und Fortbildungen über Export abzuhalten, um die Südtiroler Unternehmen auf die Internationalisierung vorzubereiten.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung der Internationalisierung und der Qualitätsprodukte des Landes

Zuständige Ämter: Export Organisation Südtirol - EOS

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Teilnehmer von Exportveranstaltungen: Wert A, wobei A = Anzahl der Seminarteilnehmer und Fortbildungsangebote bezüglich Export	100%	120

Operatives Ziel 7.4 – Ausbau der Werbeaktivität für Südtiroler Qualitätsprodukte in neuen Märkten

Die Export Organisation Südtirol - EOS hat sich das Ziel gesetzt, die Werbeaktivitäten auszubauen, um die Südtiroler Qualitätsprodukte auf neue Märkte, insbesondere den Wein nach Russland, zu bringen.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung der Internationalisierung und der Qualitätsprodukte des Landes

Zuständige Ämter: Export Organisation Südtirol - EOS

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Neue von der EOS erkundete Märkte: Wert A, wobei A = Anzahl der neuen Märkte, in denen Werbeaktivitäten für die Südtiroler Qualitätsprodukte getätigt werden	100%	1

Operatives Ziel 7.5 – Ausbau der Werbeaktivität in großen Lebensmittelketten

Das Ziel sieht im Rahmen von EU-Projekten und der Südtirol-Werbung bei den Grossverteilern die Miteinbeziehung der Hersteller von Südtiroler Qualitätsprodukten vor.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung der Internationalisierung und der Qualitätsprodukte des Landes

Zuständige Ämter: Export Organisation Südtirol – EOS

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Unternehmen, die in die Werbeaktivitäten in den großen Lebensmittelketten einbezogen sind: Wert A, wobei A = Anzahl der Unternehmen, die in die Werbeaktivitäten zugunsten der Südtiroler Qualitätsprodukte in den großen Lebensmittelketten einbezogen sind	100%	25

Operatives Ziel 7.6 – Verbesserung des Rufs und Steigerung des Bekanntheitsgrads der Südtiroler Qualitätsprodukte

Ziel ist es, den Ruf und den Bekanntheitsgrad von Südtiroler Qualitätsprodukten durch ein ausgewogenes Marketing und zielgerichtete Aktivitäten zu steigern.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung der Internationalisierung und der Qualitätsprodukte des Landes

Zuständige Ämter: Export Organisation Südtirol – EOS

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Publikationen und Öffentlichkeitsarbeit für die Südtiroler Qualitätsprodukte: Verhältnis von A und B, wobei A = Anzahl der tatsächlich veröffentlichten Publikationen und Pressemitteilungen über die Südtiroler Qualitätsprodukte und B = Gesamtzahl der versandten Publikationen und Pressemitteilungen über die Südtiroler Qualitätsprodukte	50%	4
Besucher der Webseiten und Social Media, welche den Südtiroler Qualitätsprodukten gewidmet sind: Veränderungen in % gegenüber dem Stand: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, wobei A = Anzahl der Besucher und B = Fans aller Webseiten und Nennungen in den Sozialnetzwerken mit Bezug auf die Südtiroler Qualitätsprodukte	50%	+10%

Operatives Ziel 8.1 – Externe Kommunikation: Resonanz von eingesendeten Pressemeldungen der lokalen Massenmedien

Das Ziel bezieht sich auf die beobachtete Anzahl von veröffentlichten Artikeln und Reportagen sowie die Verbreitung durch die lokalen Massenmedien in Bezug auf die vom Bereich Kommunikation eingesendeten Pressemeldungen.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Verbesserung der institutionellen Kommunikation

Zuständige Ämter: Kommunikation

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Veröffentlichungen und Pressemitteilungen des Amtes Kommunikation: Verhältnis von A und B, wobei A = Anzahl der Publikationen in den Massenmedien im Jahr und B = Anzahl der eingesendeten Pressemitteilungen im Jahr	100%	6

Operatives Ziel 8.2 – Externe Kommunikation: redaktionelle Seiten in den lokalen Medien

Das Ziel bezieht sich auf die regelmäßigen Veröffentlichungen der Werbeseiten in italienisch- und deutschsprachigen Tages- und Wochenzeitungen, die sich mit der Wirtschaft auseinandersetzen.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Verbesserung der institutionellen Kommunikation

Zuständige Ämter: Kommunikation

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Werbeseiten des Amtes Kommunikation: Wert A, wobei A = Anzahl der veröffentlichten Werbeseiten des Amtes Kommunikation	100%	45

Operatives Ziel 8.3 – Realisierung eines Marketingkonzeptes für das Merkantilmuseum

Das Ziel sieht die Ausarbeitung eines Marketingkonzeptes für das Merkantilmuseum für das Jahr 2015 vor.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Verbesserung der institutionellen Kommunikation

Zuständige Ämter: Buchhaltung, Haushalt und Finanzen

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Verwirklichung des Marketingkonzeptes: Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	31.12.2015

Operatives Ziel 9.1 - Optimierung der durchschnittlichen Zeit bis zur Online-Veröffentlichung der Verwaltungsmaßnahmen (in Tagen)

Die Kammerverwaltung zielt darauf ab, in der bestmöglichen Zeit alle Verwaltungsmaßnahmen online zu veröffentlichen, die zugänglich gemacht werden müssen; die durchschnittliche Dauer bezieht sich auf den Zeitraum, die zwischen der Erlassung der Verwaltungsmaßnahme durch das zuständige Organ und die Veröffentlichung an der elektronischen Amtstafel der Handelskammer liegt.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Sekretariat der Kammer und Amt für die Beziehungen zur Öffentlichkeit

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Zeit für die Veröffentlichung der Verwaltungsmaßnahmen im Internet: Verhältnis von A und B, wobei A = Zeit (Tage), die zwischen der Erlassung der Verwaltungsmaßnahme durch das zuständige Organ und die Veröffentlichung an der elektronischen Amtstafel der Handelskammer liegt und B = Summe der Verwaltungsmaßnahmen	100%	<12

Operatives Ziel 9.2 - Verkürzung der Registrierungszeit von Eingangrechnungen der Sonderbetriebe

Hier handelt es sich um die durchschnittliche Zeit zwischen dem Protokolldatum im Eingang der Rechnung und dem Ausdrucksdatum der Zahlungsmandates.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Verwaltung Sonderbetriebe

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Zahlungszeiten der Rechnungseingänge der Sonderbetriebe: Verhältnis von A und B, wobei A = Summe der Tage, die für die Registrierung für jeden Rechnungseingang bei den Sonderbetrieben vom Datum der Eingabe der Bestellung (falls dieses nach Eingang der Rechnung erfolgt) gebraucht wurden und B = Gesamtanzahl der Eingangrechnungen	100%	<=8

Operatives Ziel 9.3 – Verkürzung der notwendigen Zeit für die Aussendung von Zahlungsaufträgen der Eingangsrechnungen der Sonderbetriebe

Das Ziel bezieht sich auf die durchschnittliche Zeit zwischen dem Datum des Erhalts des Formulars für die Liquidierung, welches vom Verantwortlichen für die Bestellung unterschrieben werden muss, und dem Datum der Ausstellung des Zahlungsmandats.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Verwaltung Sonderbetriebe

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Zeiten für die Ausstellung der Zahlungsaufträge für jede Eingangsrechnung der Sonderbetriebe: Verhältnis von A und B, wobei A = Summe der Verfahrensdauer (Tage) für Ausstellung der Zahlungsaufträge für jede Eingangsrechnung der Sonderbetriebe und B = Summe der Eingangsrechnungen der Sonderbetriebe	100%	<=5

Operatives Ziel 9.4 – Verbesserung der Qualität der Datenbank des Handelsregisters

Das Ziel wird durch die Einleitung des Verfahrens für die Streichung von Amtswegen der nicht mehr tätigen Unternehmen gemäß DPR 247/2004 und dem Artikel 2490 des Zivilgesetzbuches erreicht.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Handelsregister

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Von Amtswegen durchgeführte Löschungen aus dem Handelsregister: Wert A, wobei A = Summe der von Amtswegen eingeleiteten Löschverfahren aus dem Handelsregister	100%	250

Operatives Ziel 9.5 – Zeitnahe Eintragung ins Handelsregister bei Fusionen und Unternehmensspaltungen

Angesichts der Bedeutung und der Komplexität des Verfahrens, welches für diese Akten befolgt werden muss, wird versucht, geringere Bearbeitungszeiten als die Gesetzesfristen vorgeben einzuhalten. Das Handelsregister verfolgt das Ziel, daher eine Frist von 3 Tagen ab der Protokollierung (ausgenommen die Verfahren, in denen der Kunde nach einer Registrierung an einem genauen Datum fragt) einzuhalten.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Handelsregister

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Bearbeitungszeiten der beim Handelsregister eingegangenen Verfahren für Fusionen und Unternehmensspaltungen: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Gesamtanzahl der ins Handelsregister eingegangenen Meldungen für Fusionen und Unternehmensspaltungen, welche innerhalb von 3 Arbeitstagen bearbeitet wurden und B = Gesamtanzahl der ins Handelsregister eingegangenen Meldungen für Fusionen und Unternehmensspaltungen	100%	60%

Operatives Ziel 9.6 – Erprobung der Software AGEST für die Anträge betreffend den grenzüberschreitenden Transport von Abfällen im Verzeichnis der Umweltfachbetriebe

Es ist die Einführung eines neuen EDV-Moduls vorgesehen, welches es erlaubt, in einer Studie mit einer Pilotgruppe von ausländischen Unternehmen die Anträge des Verzeichnisses der Umweltfachbetriebe telematisch zu übertragen.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Umwelt- und Wettbewerbsschutz (+ Eichdienst)

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	31.12.2015

Operatives Ziel 9.7 – Vereinfachung des Programmes XAC für die Lieferungen von Gütern und Dienstleistungen

Das Ziel sieht die Beschleunigung der Verfahren für die Lieferung von Gütern und Dienstleistungen der Ämter der Kammer vor; es wird angenommen, dass die Verfahrensdauer um ca. 20% reduziert werden kann.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Vermögen, Ökonomat und Verträge

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Zeiten zwischen Bestellung und Zahlung bei der Beschaffung von Gütern und Dienstleistungen: Veränderungen in % gegenüber dem Stand: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, wobei A = durchschnittliche Zeit in Tagen zwischen dem Eintreffen der Beschaffungsanfrage seitens des Mitarbeiters bis zur Bezahlung der Rechnung und somit die verschiedenen Verfahrensphasen durchläuft	100%	-20%

Operatives Ziel 9.8 – Verbesserung der Qualität der Datenbank des Handelsregisters für handwerkliche Unternehmen

Das Ziel sieht die Einleitung des Verfahrens für die Streichung von Amtswegen oder die Richtigstellung der im Handwerksregister eingetragenen Unternehmensdaten im Falle des Vorhandenseins der gesetzlichen Voraussetzungen vor.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Handwerk

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Streichungen oder Richtigstellungen von Amtswegen für Korrekturen von Amtswegen für Handwerksunternehmen: Wert A, wobei A = Anzahl der Verfahren für Streichungen und Richtigstellungen von Amtswegen (Handwerksunternehmen)	100%	45

Operatives Ziel 9.9 – Ausbau der telematischen Meldungen an die Kontrollstelle für Wein durch die Vereinfachung des technischen Verfahrens

Die Pflichtangaben der Weinabfüllung werden von 13 Unternehmen übermittelt. Das Ziel besteht in der Vereinfachung der telematischen Übermittlungsverfahren und versucht somit die Anzahl der Unternehmen für die selbe Übermittlungsart zu interessieren.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Rebbau und Weinwirtschaft

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Weinbetriebe, welche die telematischen Meldungen verwenden Veränderungen in % gegenüber dem Stand: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, wobei A = Anzahl der Weinbetriebe, welche die telematischen Meldungen verwenden	100%	+3%

Operatives Ziel 9.10 – Pünktlichkeit der Zahlungen der Lieferantenrechnungen der Kammer

Das Ziel betrifft die Zahlung der Rechnungen innerhalb von 20 Arbeitstagen nach Erhalt (in Zusammenarbeit mit dem Ökonomat und dem Büro, das Zahlungen genehmigt).

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Buchhaltung, Haushalt und Finanzen; Vermögen, Ökonomat und Verträge

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Rechnungen, welche innerhalb von 20 Tagen bezahlt wurden: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der innerhalb von 20 Tagen bezahlten Rechnungen und B = Gesamtzahl an bezahlten Rechnungen	100%	80%

Operatives Ziel 9.11 – Umsetzung der im Dreijährigen Plan für die Vorbeugung und Bekämpfung der Korruption und der Illegalität vorgesehenen Maßnahmen

Das Ziel betrifft die Umsetzung aller im genannten Plan enthaltenen Maßnahmen.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Buchhaltung, Haushalt und Finanzen

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Umsetzung der im Antikorruptionsplan enthaltenen Maßnahmen: Datum innerhalb wann das Ziel erreicht werden muss	100%	31.12.2015

Operatives Ziel 10.1 – Hoher Prozentsatz der innerhalb von 48 Stunden nach Antragstellung ausgestellten Ursprungszeugnisse

Das Ziel ist es einen hohen Prozentsatz an Ursprungszeugnissen innerhalb von 48 Stunden nach Antragstellung auszustellen, unter Berücksichtigung der effektiven Arbeitstage.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Berufsbefähigungen, Gastgewerbe und Handel

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Dokumente für den Außenhandel – innerhalb von 48 Stunden ausgestellte Ursprungszeugnisse: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der innerhalb von 48 Stunden ausgestellten Ursprungszeugnisse und B = Summe der im selben Bezugszeitraum ausgestellten Ursprungszeugnisse	100%	70%

Operatives Ziel 10.2 – Hoher Prozentsatz der innerhalb von 48 Stunden nach Antragstellung ausgestellten Sichtvermerke

Das Ziel ist es einen hohen Prozentsatz an Sichtvermerken innerhalb von 48 Stunden nach Antragstellung auszustellen, unter Berücksichtigung der effektiven Arbeitstage.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Berufsbefähigungen, Gastgewerbe und Handel

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Dokumente für den Außenhandel – innerhalb von 48 Stunden ausgestellten Sichtvermerke: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl innerhalb von 48 Stunden ausgestellten Sichtvermerke und B = Summe der im selben Bezugszeitraum ausgestellten Sichtvermerke	100%	70%

Operatives Ziel 10.3 – Hoher Prozentsatz der innerhalb von 48 Stunden nach Antragstellung ausgestellten Carnets ATA

Das Ziel ist es einen hohen Prozentsatz an Carnet ATA innerhalb von 48 Stunden nach Antragstellung auszustellen, unter Berücksichtigung der effektiven Arbeitstage.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Berufsbefähigungen, Gastgewerbe und Handel

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Dokumente für den Außenhandel – innerhalb von 48 Stunden ausgestellte Carnets ATA: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der innerhalb von 48 Stunden ausgestellten Carnets ATA und B = Summe der im selben Bezugszeitraum ausgestellten Carnets ATA	100%	70%

Operatives Ziel 10.4 – Niedrighaltung der Beanstandungszahlen von den Kunden bei dem Sekretariat der Kammer und den Dienstleistungen des ADR

Das Ziel ist es, effiziente Dienstleistungen anzubieten und damit die Beanstandungszahlen der Kunden im Bereich Sekretariat der Kammer und den ADR-Dienstleistungen niedrig zu halten.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Sekretariat der Kammer und Amt für die Beziehungen zur Öffentlichkeit

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Beanstandungen der Kunden: Wert A, wobei A = Anzahl der Beanstandungen der Kunden im Sekretariat der Kammer und bei der Mediation und dem Schiedsgericht	100%	<=5

Operatives Ziel 10.5 – Einführung eines neuen Präsenzerfassungssystems

Das Ziel bezieht sich auf die Einführung eines neuen Systems zur Präsenzerfassung und sieht die Integrierung der Verwaltung der Außendienste, der Präsenzen und der Lohnabrechnung sowie die Reduzierung der Reduzierung der Informationsflüsse auf Papier vor (in Zusammenarbeit mit dem Amt Informatik und Rechenzentrum).

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Personalverwaltung; Informatik und Rechenzentrum

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	31.12.2015

Operatives Ziel 10.6 – Digitalisierung des Informationsflusses mit dem Personal

Das Ziel ist die Substituierung der Papierkommunikation mit einer elektronischen.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Personalverwaltung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Telematisches Senden von Nachrichten an das Personal: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der Briefe, Mitteilungen und Rundschreiben, die elektronisch zugestellt oder über PEC zugestellt werden und B = Summe der verschickten Briefe, Mitteilungen und Rundschreiben	100%	-3%

Operatives Ziel 10.7 - Verkürzung des Zeitraums, innerhalb dem dem Personal geantwortet wird

Das Ziel sieht die Verkürzung der Antwortzeiten auf Anträge der Bediensteten bei Einhaltung der 30 Tage, welche vom Regionalgesetz vorgesehen sind.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Personalverwaltung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Antwortzeit auf Anfragen des Personals: Verhältnis zwischen A und B, wobei A = Summe der Tage zwischen dem Zeitpunkt der Protokollierung der Anfrage oder dem Fälligkeitsdatum für die Einreichung des Gesuches und der Antwort auf die Anfrage und B = Gesamtanzahl der Anfragen des Personals	100%	25

Operatives Ziel 10.8 - Zeitnahe Aktualisierung der Aktiva

Das Ziel ist die endgültige Bestätigung (Posting) der aktiven Buchungssätze innerhalb des 15. des Folgemonats.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Buchhaltung, Haushalt und Finanzen

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Zeit für die Aktualisierung für die Aktiva: Wert A, wobei A = Monate im Jahr in denen die endgültige Bestätigung (Posting) innerhalb des 15. des Folgemonats versandt wurde	100%	10

Operatives Ziel 10.9 - Pünktliche Erstellung der Steuerrolle der Jahresgebühr 2012

Das Ziel sieht die Übermittlung der Steuerrollen des Jahres 2012 an Infocamere innerhalb 30.06.2015 vor.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Buchhaltung, Haushalt und Finanzen

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	30.06.2015

Operatives Ziel 10.10 – Pünktliche Verbuchung der Gehälter

Dieses operative Ziel sieht die Verbuchungen der Zahlungen im Buchhaltungsprogramm (Oracle) innerhalb des Folgemonats zur Auszahlung der Gehälter vor.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Buchhaltung, Haushalt und Finanzen

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Verbuchung der Gehälter im Buchhaltungsprogramm: Wert A, wobei A = Anzahl der Monatsgehälter (13) in denen die Verbuchung der Gehaltsabrechnung im Buchhaltungsprogramm innerhalb des Folgemonats nach der Zahlung der Gehälter geschehen ist	100%	10

Operatives Ziel 10.11 – Vervollständigung der neuen Internetseite der Kammer

Die Kammer setzt sich zum Ziel, die neue Internetseite der Kammer zu vollständigen.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Informatik und Rechenzentrum

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	31.12.2015

Operatives Ziel 10.12 – Zugriff auf den institutionellen E-Mail-Account durch das Mobiltelefon

Mit diesem Ziel verspricht sich die Kammer eine bessere Erreichbarkeit und geringere Bearbeitungszeiten von Anfragen, die per E-Mail eingehen.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Informatik und Rechenzentrum

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	31.12.2015

Operatives Ziel 10.13 – Verkürzung der durchschnittlichen Zeit für die Bearbeitung der telematischen Meldungen zur Eintragung in das Handelsregister

Das Ziel sieht die Einhaltung der durchschnittlichen Bearbeitungsdauer der telematischen Anträge um Eintragung ins Handelsregister innerhalb von 5 Arbeitstagen vor; im Falle von außerordentlichen Vorfällen, welche mit gesetzlichen Verfallsfristen verbunden sind, werden die diesbezüglichen Akten nicht berücksichtigt; die Bilanzhinterlegungen und die Protokolle von Amtswegen werden ebenso nicht dazu gezählt.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Handelsregister

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Telematische Meldungen für die Eintragung ins Handelsregister, welche innerhalb von 5 Tagen bearbeitet werden: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der telematischen Meldungen zur Eintragung ins Handelsregister, welche innerhalb von 5 Arbeitstagen bearbeitet wurden und B = Gesamtzahl der telematischen Meldungen zur Eintragung ins Handelsregister	100%	65%

Operatives Ziel 10.14 – Verkürzung der Bearbeitungszeiten für die beim Handelsregister hinterlegten Bilanzen

Das Ziel sieht die Sachverhaltsermittlung und die Bearbeitung der Tätigkeiten zur Bilanzhinterlegung der Kapitalgesellschaften innerhalb von 100 Tagen ab der Protokollierung des Aktes vor; derzeit beträgt die Zahl der im Handelsregister registrierten Kapitalgesellschaften mit Pflicht der Bilanzhinterlegung 8.860.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Handelsregister

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Bearbeitung von 80% der im Mai beim Handelsregister eingegangenen und protokollierten Bilanzhinterlegungen innerhalb August: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der im Mai protokollierten Bilanzhinterlegungen und B = Gesamtzahl der Bilanzhinterlegungen, welche innerhalb August bearbeitet worden sind	100%	80%

Operatives Ziel 10.15 – Weiterbildung für die Anwender der Programme, die für die Meldungen an das Handelsregister verwendet werden

Das Ziel sieht das Angebot einer angemessenen Anzahl von Weiterbildungskursen für das Personal der Wirtschafts- und Steuerberater, welche sich mit der Bearbeitung der Akten für das Handelsregister beschäftigen.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Handelsregister

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Schulungen für die Anwender der für die Meldungen ins Handelsregister eingesetzten Programme: Wert A, wobei A = Anzahl der Schulungen für die Anwender von Programmen für die Meldungen ins Handelsregister:	100%	3

Operatives Ziel 10.16 – Verbesserung der Projektentwicklung und der Handhabung der Unternehmensanfragen im Bereich Internationalisierung

Das Ziel sieht die Einführung eines „Ticketing“-Systems für die Verbesserung und für mehr Transparenz in der Durchführung von Projekten und im Kundenservice durch das CRM System vor.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Export Organisation Südtirol – EOS

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	31.12.2015

Operatives Ziel 10.17 - Steigerung der Zahl an telematischen Verfahren in der Sektion des Verzeichnisses der Umweltfachbetriebe

Die Kammerverwaltung beabsichtigt, die im Verzeichnis der Umweltfachbetriebe eingetragenen Betriebe zu sensibilisieren, damit sie das telematische System zur Übermittlung von Anträgen benutzen.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Umwelt- und Wettbewerbsschutz (+ Eichdienst)

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Telematische Verfahren in der Sektion des Verzeichnisses der Umweltfachbetriebe: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der telematische Verfahren in der Sektion des Verzeichnisses der Umweltfachbetriebe und B = Gesamtzahl der bearbeiteten Anträge durch das Sekretariats des Abschnitts	100%	2%

Operatives Ziel 10.18 - Durchführung von Schulungen über die telematische Übermittlung der Akten an das Amt Handwerk

Das Ziel sieht vor, dass spezifische Weiterbildungskurse für die Wirtschaftsverbände über die telematische Übermittlung der Akten der Handwerksunternehmen und über die damit zusammenhängende Eintragung für Sozialversicherungs- und Vorsorgezwecke angeboten werden.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Handwerk

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Kurse über die telematische Übermittlung der Akten des Amtes für Handwerk: Wert A, wobei A = Anzahl der Kurse über die telematische Übermittlung der Akten des Amtes Handwerk im Bezugsjahr	100%	2

Operatives Ziel 10.19 - Einhaltung der gesetzlichen Bearbeitungsfristen im Amt für Handwerk

Das Ziel sieht die Einhaltung der Gesetzesfristen von 10 Tagen vor (dazu gehören auch die zusätzlichen Kontrollen der Sozialversicherungen der Betriebsinhaber und der mitarbeitenden Familienangehörigen).

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Handwerk

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Innerhalb der gesetzlichen Fristen bearbeitete Akten des Amtes Handwerk: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der Akten des Amtes Handwerk, welche innerhalb der gesetzlichen Fristen bearbeitet werden und B = Gesamtzahl der Tätigkeiten des Amtes für Handwerk	100%	70%

Operatives Ziel 11.1 - Sicherstellung einer angemessenen Weiterbildung des Personals

Das Ziel bezieht sich auf die Sicherstellung einer Weiterbildung und einer angemessenen persönlichen Fortbildung des Personals und auf die Steigerung der Effizienz.

Perspektive der BSC: Lernen und Entwicklung

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Personalentwicklung

Zuständige Ämter: Personalverwaltung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Verbreitung der Weiterbildungsaktivitäten unter dem Kammerpersonal: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Personal auf unbestimmte Zeit der Handelskammer, welches mindestens an einem Fortbildungskurs im Jahr teilnimmt und B = Gesamtanzahl des unbefristeten Personals der Handelskammer	100%	60%

Operatives Ziel 11.2 - Audit: Familie-Beruf

Das Ziel bezieht sich auf die Anzahl von Unternehmen, die sich innerhalb Jahresende zertifizieren lassen.

Perspektive der BSC: Lernen und Entwicklung

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Personalentwicklung

Zuständige Ämter: Personalverwaltung (in Kooperation mit dem Amt Innovation und Unternehmensentwicklung)

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Wert A, wobei A = Anzahl der im Jahr zertifizierten Unternehmen	100%	10

Operatives Ziel 11.3 – Personalentwicklung bei der EOS

Das Ziel sieht die Bewahrung der Effizienz bei der Personalentwicklung der EOS vor.

Perspektive der BSC: Lernen und Entwicklung

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Personalentwicklung

Zuständige Ämter: Export Organisation Südtirol – EOS

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Schulungstage der Angestellten der EOS: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der geplanten Schulungstage der Angestellten der EOS und B = Anzahl der tatsächlich durchgeführten Schulungstage der Angestellten der EOS	100%	75%

Operatives Ziel 11.4 – Einführung und Erstellung eines Personalbedarfsplanes

Das Ziel sieht die Einführung und die Erstellung eines Personalbeschaffungsplanes vor.

Perspektive der BSC: Lernen und Entwicklung

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Personalentwicklung

Zuständige Ämter: Personalverwaltung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	31.12.2015

Operatives Ziel 12.1 – Periodischer Vergleich des wirtschaftlichen Budgets mit der analytischen Kostenrechnung

Das Ziel sieht den periodischen Vergleich des wirtschaftlichen Budgets mit der analytischen Kostenrechnung und die Ausarbeitung von Listen zu der Situation der Kostenstellen der verschiedenen Bereich der Sonderbetriebe vor.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Wirtschaftlich-finanzielles Gleichgewicht der Körperschaft

Zuständige Ämter: Verwaltung Sonderbetriebe

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Ausarbeitung der analytischen Abrechnungsdaten der Sonderbetriebe: Wert A, wobei A = Anzahl der Ausarbeitungen der analytischen Abrechnungsdaten (Kostenstellen) der Sonderbetriebe:	100%	16

Operatives Ziel 12.2 – Aktualisierung des wirtschaftlichen Budgets der Sonderbetriebe

Das Ziel sieht die Aktualisierungen des wirtschaftlichen Budgets der Sonderbetriebe mit Berücksichtigung von eventuellen Veränderungen im Rechnungsjahr vor.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Wirtschaftlich-finanzielles Gleichgewicht der Körperschaft

Zuständige Ämter: Verwaltung Sonderbetriebe

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Aktualisierung des wirtschaftlichen Budgets der Sonderbetriebe: Wert A, wobei A = Anzahl der Aktualisierungen des wirtschaftlichen Budgets der Sonderbetriebe:	100%	2

Operatives Ziel 12.3 – Aufrechterhaltung des Prozentsatzes der Erhebung der Jahresgebühren

Das Ziel ist die effiziente Verwaltung der jährlichen Kammergebühr, welche in den eigenen Kompetenzbereich fallen und die Aufrechterhaltung einer Einhebungsquote der Jahresgebühr über dem nationalen Durchschnitt vorsehen.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Wirtschaftlich-finanzielles Gleichgewicht der Körperschaft

Zuständige Ämter: Buchhaltung, Haushalt und Finanzen

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Zahlungsquote der Jahresgebühr: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Wert der eingenommenen Jahresgebühren im Jahr und B = bestätigte Jahresgebühren im Jahr	100%	80%

Operatives Ziel 13.1 – Abschluss der Abrechnung der Landesbeiträge

Das Ziel zwingt die Sonderbetriebe, die Landesbeiträge im Ausmaß von 80 % der erhaltenen Beträge innerhalb 30. Juni 2015 abzurechnen.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft

Zuständige Ämter: Verwaltung Sonderbetriebe

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	30.06.2015

Operatives Ziel 13.2 – Verkürzung der Zeiten für das Aussenden der 3. Mahnung an die Kunden der Sonderbetriebe

Das Ziel betrifft das Aussenden der 3. Mahnung an säumige Kunden innerhalb von 90 Tagen nach Ausstellung der Rechnung.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft

Zuständige Ämter: Verwaltung Sonderbetriebe

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Innerhalb von 90 Tagen an die säumigen Kunden der Sonderbetriebe versschickte 3. Mahnung: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der 3. Mahnungen, die an die säumigen Kunden der Sonderbetriebe innerhalb von 90 Tagen nach Ausstellung der Rechnung geschickt wurden und B = Gesamtzahl der 3. Mahnungen, die an die säumigen Kunden der Sonderbetriebe geschickt wurden	100%	80%

Operatives Ziel 13.3 – Reduzierung der durchschnittlichen Kosten für die Durchführung von Auswahlverfahren

Das Ziel ist die Verbesserung des Verhältnisses zwischen eingesetzten Ressourcen und erhaltenen Teilnahmeanfragen.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft

Zuständige Ämter: Personalverwaltung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Direkte Auswahlkosten für die Einstellung von Personal: Verhältnis von A und B, wobei A = Direkte Auswahlkosten und B = gesamte eingegangene Anfragen zur Teilnahme an den Wahlen	100%	<= € 20

Operatives Ziel 13.4 – Digitalisierung der monatlichen Akten des Lohnbüros

Das Ziel bezieht sich auf die Digitalisierung und Archivierung der monatlichen Akten des Lohnbüros das Dokumentenverwaltungssystem.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft

Zuständige Ämter: Buchhaltung, Haushalt und Finanzen

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Digitalisierung der monatlichen Akten des Lohnbüros: Wert A, wobei A = Anzahl der Monatsgehälter (13) in denen die Akten innerhalb des nächsten Monats digitalisiert werden	100%	10

Operatives Ziel 13.5 – Optimale Nutzung des Budgets der EOS für die Entwicklung der Internationalisierung und des Marketings für Südtiroler Qualitätsprodukte

Dieses Ziel wird durch die Überprüfung und der Verwaltung des Budgets während des vierteljährigen Managements-Reviews realisiert.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft

Zuständige Ämter: Export Organisation Südtirol – EOS

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Von der EOS durchgeführten Management-Reviews Wert A, wobei A = Anzahl der von der EOS durchgeführten Management-Reviews	100%	4

Operatives Ziel 13.6 – Reduzierung der durchschnittlichen Kosten für die Durchführung der Verwaltungsverfahren für die Löschung der Wechsel- und Scheckproteste

Das Ziel ist es, das Verhältnis zwischen den eingesetzten Ressourcen und den eingegangenen Löschanträgen zu verbessern; es wird erwartet, dass sich die jeweiligen Kosten durch die weniger benötigte Zeit, die das Personal braucht, um Tätigkeiten auszuführen, um 25% reduzieren.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft

Zuständige Ämter: Vermögen, Ökonomat und Verträge

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Durchschnittlichen direkten Kosten für jedes Lösungsverfahren der Wechsel- und Scheckproteste: Veränderung in % gegenüber dem Stand: $A(t) - A(t0) / A(t0)$: wobei A = Durchschnittliche direkte Kosten für jedes Verfahren (direkte Kosten für die Durchführung des Verfahrens und B = eingegangene Anfragen zur Löschung)	100%	-25%

Operatives Ziel 13.7 - Reduzierung der durchschnittlichen Kosten für die Durchführung der Verfahren für den Erwerb von Waren und Dienstleistungen

Das Ziel sieht die Verbesserung des Verhältnisses zwischen den eingesetzten Ressourcen und der zu bearbeitenden Bestellungen vor; es wird des Weiteren die Reduktion der jeweiligen Kosten für die weniger benötigte Zeit, die das unterschiedliche Personal zur Durchführung der einzelnen Verfahrensphasen braucht, um ca. 15% erwartet.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft

Zuständige Ämter: Vermögen, Ökonomat und Verträge

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
<p>Veränderungen der durchschnittlichen direkten Kosten für die Durchführung des Verfahrens für die Beschaffung von Gütern und Dienstleistungen:</p> <p>Veränderungen in % gegenüber dem Stand: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$: wobei A = durchschnittliche direkte Kosten für die Durchführung der Verfahren für die Beschaffung von Gütern und Dienstleistungen (direkte Kosten für die Durchführung des Verfahrens und B = zu bearbeitende Bestellungen)</p>	100%	-15%

Operatives Ziel 13.8 - Einführung eines neuen Systems zur Bewertung der Organisationseinheiten

Dieses Ziel betrifft die Einführung eines Bewertungssystems für die Leistung der Organisationseinheiten, der Definition der internen Verfahren für die Errichtung eines Überwachungssystems.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft

Zuständige Ämter: Personalverwaltung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2015
Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	31.12.2015

INDICE

1	PRESENTAZIONE DEL PIANO	PAGINA 58
2	IDENTITÀ DELL'ENTE	PAGINA 58
2.1	Mandato istituzionale	pagina 59
2.2	Mission	pagina 59
2.3	Vision	pagina 59
3	PROSPETTIVE DELLA BALANCED SCORECARD	PAGINA 59
3.1	Prospettiva clienti	pagina 60
3.2	Prospettiva processi interni	pagina 60
3.3	Prospettiva apprendimento e crescita	pagina 60
3.4	Prospettiva economico-finanziaria	pagina 60
4	AREE STRATEGICHE	PAGINA 60
4.1	Rappresentanza degli interessi	pagina 60
4.2	Attività istituzionali	pagina 61
4.3	Servizi alle imprese	pagina 61
4.4	Amministrazione interna efficiente	pagina 62
5	OBIETTIVI STRATEGICI	PAGINA 63
5.1	Mappa strategica	pagina 63
5.2	Obbiettivi strategici in dettaglio	pagina 64
6	DAGLI OBIETTIVI STRATEGICI AGLI OBIETTIVI OPERATIVI	PAGINA 73
6.1	Mappa operativa	pagina 73
6.2	Obiettivi operativi in dettaglio	pagina 79

1 PRESENTAZIONE DEL PIANO

Il presente documento, denominato Piano della prestazione organizzativa, è stato adottato dalla Camera di Commercio di Bolzano per definire le attività e le aspettative di performance dell'Ente camerale per l'arco temporale 2015-2017. Il documento in questione costituisce la fase di programmazione del cosiddetto ciclo della performance, strumento introdotto nel sistema delle Camere di commercio nazionali dal decreto legislativo 150/2009, decreto recepito dalla Regione Autonoma Trentino-Alto Adige con la Legge regionale 4/2011. Infatti, l'art. 1, lettera b), comma 1-ter della sopracitata legge regionale stabilisce che: *"Al fine di promuovere il miglioramento dei servizi e dell'organizzazione, con atti amministrativi sono previste procedure per la misurazione e valutazione dei risultati delle strutture, e forme di verifica del grado di soddisfazione dell'utenza."*

Oltre ad adempiere agli obblighi previsti dalla legge, l'adozione del Piano della prestazione organizzativa rappresenta un'opportunità per l'Ente di gestire gli strumenti di programmazione e pianificazione già esistenti in un'ottica integrata, coordinata e sintetica. Il Piano trae infatti fondamento dagli indirizzi a lungo termine contenuti nel Programma pluriennale (quinquennale) nella Relazione previsionale e programmatica che aggiorna il Programma pluriennale, e da quelli a breve termine contenuti nel programma di attività (annuale), integrandone i vari aspetti e riconducendo il ciclo di programmazione entro un orizzonte temporale triennale.

La strategia delineata in questi due documenti è dunque integrata nel Piano della prestazione organizzativa mediante la selezione di obiettivi strategici (da declinare poi in obiettivi operativi) che siano coerenti con il contenuto degli strumenti sopra richiamati.

La struttura concettuale del Piano della performance è articolata in questo modo: prendendo come riferimento la mission e il mandato istituzionale, gli organi politici della Camera di Bolzano hanno individuato le aree strategiche d'intervento (contenute nel Piano pluriennale) entro le quali l'ente deve agire. Da queste sono stati definiti i relativi obiettivi strategici, ovvero delle linee d'azione più specifiche che l'ente deve perseguire e a cui sono connessi degli indicatori (KPI – Key Performance Indicator) che ne consentono la misurabilità. Per una loro trattazione si rimanda al documento *"Sistema di misurazione e valutazione della prestazione organizzativa"* di questa Camera.

Gli obiettivi strategici sono a loro volta declinati, ad un livello "inferiore", in obiettivi operativi, che coincidono con le attività da intraprendere per l'anno seguente e che sono quindi aggiornati con cadenza annuale. Ogni obiettivo operativo è poi corredato di un indicatore e di un target (livello atteso di performance). A conclusione del periodo di riferimento si esegue una comparazione tra risultati attesi e raggiunti, svolgendo così un'operazione di valutazione delle prestazioni della struttura nell'intervallo di tempo in considerazione.

2 IDENTITÀ DELL'ENTE

Ai sensi del D.P.Reg. dd. 12.12.2007, n. 9/L, la Camera di Commercio di Bolzano è un ente pubblico dotato di autonomia funzionale che svolge funzioni d'interesse generale per le imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito dell'economia locale. Di supporto a questa prima e generale definizione, gli organi di vertice della Camera di Bolzano, di accordo con il personale dirigenziale e gli stakeholder interni ed esterni, hanno elaborato più in dettaglio il profilo identitario dell'ente e la sua ragion d'essere. Di seguito si espongono quindi, rispettivamente, il mandato istituzionale, la mission e la vision dell'organizzazione.

2.1 Mandato istituzionale

Il mandato istituzionale definisce il perimetro nell'ambito del quale la Camera può e deve operare ed è puntualmente definito dal sopraddetto D.P.Reg. 9/L del 2007. L'art. 4 ne elenca nel dettaglio le varie funzioni. Secondo tale impostazione giuridica la Camera di Commercio è un'istituzione pubblica preposta alla cura degli interessi dell'economia del territorio ed esercita dette funzioni direttamente con i propri uffici o in sinergia con enti e rappresentanze economiche del territorio. Il mandato della Camera di Commercio è di svolgere attività in favore dello sviluppo dell'imprenditoria sia verso il basso, fornendo servizi reali alle imprese a supporto del tessuto economico nei settori che le competono, che verso l'alto, portando all'attenzione degli enti di governo, a livello provinciale e all'occorrenza nazionale, le istanze degli imprenditori.

2.2 Mission

La mission identifica la ragion d'essere e l'ambito in cui la Camera opera in termine di politiche e azioni perseguite. È, in altre parole, un'interpretazione sintetica del ruolo dell'organizzazione nel contesto interno ed esterno. La nostra Camera di Commercio si è data la seguente mission:

"Siamo un'organizzazione che comprende tutte le imprese altoatesine. Quale ente di diritto pubblico dobbiamo rispettare particolarmente i principi della democrazia, trasparenza e indipendenza politica. Noi sosteniamo gli operatori economici in vari modi, prestiamo importanti servizi per conto dello Stato e della Provincia e rappresentiamo gli interessi delle aziende nei confronti del pubblico, degli organi decisionali e delle amministrazioni."

2.3 Vision

La vision è strettamente collegata alla mission e indica la proiezione dell'organizzazione in uno scenario futuro e rispecchia gli ideali e i valori che l'ente intende perseguire. La Camera di Commercio di Bolzano si è data la seguente vision:

- *Sostegno dell'imprenditoria libera all'interno di un'economia sociale di mercato;*
- *Miglioramento delle condizioni generali dell'economia;*
- *Promozione di uno sviluppo economico positivo anche a lungo termine;*
- *Aumento della competitività della nostra provincia;*
- *Proposta di soluzioni ai problemi del mondo imprenditoriale;*
- *Creazione di impulsi per lo sviluppo economico;*
- *Promozione di un atteggiamento positivo verso l'economia.*

3 PROSPETTIVE DELLA BALANCED SCORECARD

Il sistema di misurazione e valutazione della prestazione organizzativa della Camera di Bolzano si fonda sulla metodologia della Balanced Scorecard (BSC), uno strumento che permette, partendo dalla mission, di definire la strategia dell'ente e di declinarla in obiettivi strategici, facilitandone la misurabilità. Caratteristica fondante della BSC è di considerare ogni elemento dell'attività camerale, dagli obiettivi strategici a quelli operativi, sotto una o più prospettive differenti, denominate, appunto, prospettive BSC. I singoli obiettivi sono dunque considerati alla

luce del maggior numero possibile di prospettive e nella loro stesura si è cercato di valorizzare quest'aspetto di multidimensionalità. Le prospettive sono:

3.1 Prospettiva clienti

La prospettiva clienti è orientata a considerare il grado di soddisfazione degli stakeholder. Vuole dare una risposta alla seguente domanda:

Quali prestazioni dobbiamo offrire per i nostri clienti, per attuare la nostra strategia?

3.2 Prospettiva processi interni

La prospettiva *processi interni* considera la necessità di considerare l'efficienza ed efficacia dei processi interni all'Ente. Vuole dare una risposta alla seguente domanda:

In quali processi gestionali dobbiamo eccellere per soddisfare la nostra clientela?

3.3 Prospettiva apprendimento e sviluppo

La prospettiva *apprendimento e sviluppo* è connessa all'innovazione e ai processi di apprendimento in termini di: capacità e competenze del personale, motivazione, potenziamento delle infrastrutture tecnologiche e informatiche. Vuole dare una risposta alla seguente domanda:

Per conseguire gli obiettivi prefissati, come dobbiamo sostenere la nostra capacità di cambiare e progredire?

3.4 Prospettiva economico-finanziaria

La prospettiva economico-finanziaria è orientata a valutare la gestione dell'ente sotto l'aspetto dell'equilibrio dei bilanci. Vuole dare una risposta alla seguente domanda:

In che modo stiamo creando valore per i nostri stakeholder?

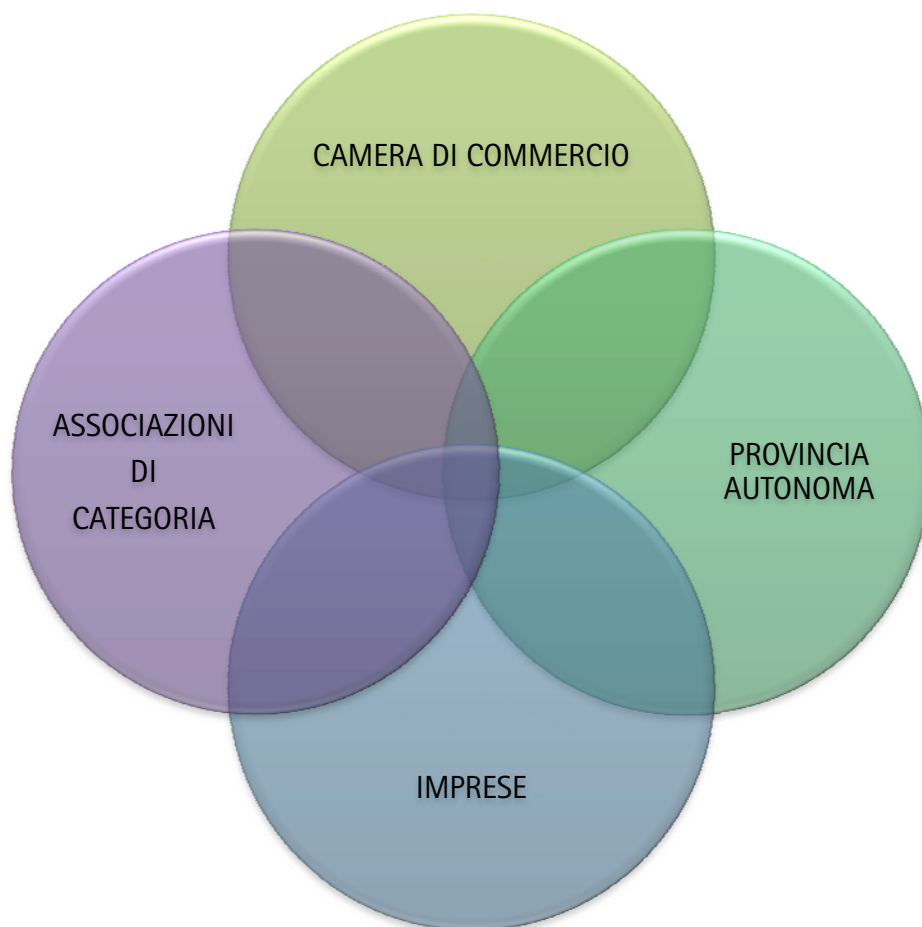
4 AREE STRATEGICHE

Le aree strategiche della Camera sono state individuate all'approvazione del Programma Pluriennale e sono ivi contenute. Poiché costituiscono gerarchicamente, dopo la mission e la vision, il macro-livello della strategia, è fondamentale richiamarle in questa sede. Di seguito quindi una presentazione delle aree strategiche della Camera di Commercio di Bolzano.

4.1 Rappresentanza degli interessi

Il compito della Camera di Bolzano è di rappresentare tutti gli interessi delle imprese sul territorio provinciale, compito che svolgiamo congiuntamente con le associazioni imprenditoriali e i soggetti istituzionali. Attraverso l'elaborazione di sondaggi presso le imprese al fine d'informare sulla situazione economica, la Camera elabora pareri e nuove iniziative. Appositi studi e analisi si focalizzano invece sui punti di forza e sui punti deboli dell'economia altoatesina e della sua localizzazione geografica, per sottoporre proposte ai responsabili del mondo politico ed economico. Essendo una corretta informazione strettamente funzionale

all'ottimale svolgimento di queste attività, un ruolo centrale è dunque svolto dalla comunicazione dell'Ente camerale.



4.2 Attività istituzionali

Tra le attività cosiddette istituzionali della Camera di Commercio rientrano: la tenuta del registro delle imprese, dei ruoli professionali, la registrazione di marchi e brevetti, compiti in materia di tutela dell'ambiente, metrologia legale e sicurezza dei prodotti e il rilascio di documenti per il commercio estero. Nella gestione di questi incarichi, l'ente camerale pone massima attenzione all'informazione, all'assistenza e alla riduzione dell'onere burocratico a carico delle imprese.

4.3 Servizi alle imprese

La Camera di Commercio offre un vasto numero di servizi alle imprese altoatesine, anche grazie all'ausilio delle due aziende speciali Istituto per la promozione dello sviluppo economico e Organizzazione Export Alto Adige – EOS. L'Istituto di ricerca economica fornisce analisi, studi e ricerche a una vasta gamma di soggetti (imprese, associazioni, Amministrazione provinciale) per meglio comprendere i fenomeni economici ed essere quindi di supporto al processo decisionale. Attraverso il WIFI – formazione, ripartizione dell'azienda speciale Istituto per la promozione economica, la Camera gestisce la formazione professionale con l'obiettivo di potenziare le competenze degli imprenditori e dei loro collaboratori. Opera inoltre nei settori creazione e successione d'impresa, cooperazione e responsabilità sociale. Offre servizi volti a sostenere la competitività delle imprese locali e le sostiene nel loro percorso di crescita. Gestisce inoltre una

camera arbitrale e un servizio di mediazione per la risoluzione dei conflitti. L'EOS sostiene l'internazionalizzazione delle imprese e promuove la notorietà e l'immagine dei prodotti di qualità dell'Alto Adige.

4.4 Amministrazione interna efficiente

Un'amministrazione interna efficiente è fondamentale per un buon funzionamento dell'ente e deve essere tradursi in una corretta gestione delle risorse umane, strumentali e patrimoniali. L'attività di amministrazione e i servizi svolti devono svolgersi secondo principi di trasparenza, snellezza e semplificazione. Ciò può essere raggiunto attraverso una digitalizzazione dei processi non solo interni, ma anche nel rapporto tra la Camera e le imprese o i cittadini.

5 OBIETTIVI STRATEGICI

Il termine obiettivo strategico definisce il traguardo che l'organizzazione si prefigge di raggiungere per eseguire con successo le proprie aree strategiche. Si riportano, di seguito, gli obiettivi per il triennio 2015 – 2017:

5.1 Mappa strategica

Dalle prospettive BSC e delle aree strategiche nasce la mappa strategica, nella quale si collocano gli obiettivi strategici della Camera.

Prospettiva BSC \ Area strategica	Rappresentanza degli interessi	Servizi alle imprese	Attività istituzionali	Amministrazione interna efficiente
Clienti	1 - Sensibilizzazione sui temi economici e promozione di una politica economica vicina alle imprese	2 - Offerta formativa moderna per l'economia altoatesina	3 - Tutela del mercato e della concorrenza	
	4 - Analisi della struttura economica altoatesina e della cornice giuridico - istituzionale	5 - Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa	6 - Promozione della giustizia alternativa	
		7 - Promozione dell'internazionalizzazione e dei prodotti di qualità del territorio		
	8 - Miglioramento della comunicazione istituzionale			
		9 - Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative		
Processi interni	10 - Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale			
Apprendimento e sviluppo	12 - Sviluppo del personale			
Economico-finanziaria				13 - Equilibrio economico-finanziario dell'Ente
	14 - Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente			

5.2 Obiettivi strategici in dettaglio

I target si intendono come \geq , salva una diversa indicazione nei singoli obiettivi.

Obiettivo strategico 1 – Sensibilizzazione sui temi economici e promozione di una politica economica vicina alle imprese

Nell'obiettivo rientrano la realizzazione di campagne volte a promuovere temi d'interesse economico locale, quali, ad esempio, la raggiungibilità dell'Alto Adige, la Public Private Partnership, la riduzione degli oneri burocratici. A questo si aggiunge l'avvio di collaborazioni con il mondo delle imprese e della politica, con la cittadinanza e con tutti gli stakeholders per definire e attuare misure che sostengano lo sviluppo economico dell'Alto Adige. Infine altro tema è il sostegno e la promozione della collaborazione fra scuola ed economia. Inoltre vi rientrano l'iniziativa "donna nell'economia" e la gestione del comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile. I target previsti relativi agli statements su proposte di modifica di disposizioni legislative o di disegni di legge sono stati rivisti al ribasso relativamente a quanto previsto per gli anni 2015 - 2017 per via della stabilizzazione del processo di riforma delle Camere di commercio in Italia.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione attività promozionali; ripartizione ricerca economica

indicatori	peso	valore 2014	target 2015	target 2016	target 2017
Convegni sui temi economici organizzati: Valore di A, dove A = numero dei convegni sui temi economici	33,3%	---	7	7	7
Incontri con altri soggetti riguardanti la promozione di una politica economica vicina alle imprese: Valore di A, dove A = numero degli incontri con altri soggetti riguardanti la promozione di una politica economica vicina alle imprese	33,3%	---	20	20	20
Numero statements su proposte di modifica di disposizioni legislative o di disegni di legge: Valore di A, dove A = numero dei statements su proposte di modifica di disposizioni legislative o di disegni di legge	33,3%	---	10	10	10

Obiettivo strategico 2 – Offerta formativa moderna per l'economia altoatesina

Lo scopo è di offrire un insieme di corsi di formazione per l'economia altoatesina e di supportare le imprese nella loro crescita continua. L'obiettivo di tutte le iniziative WIFI è quello di migliorare e rafforzare la capacità di agire degli imprenditori, dei dirigenti e dei collaboratori cosicché siano in grado di affrontare le esigenze che si cambiano continuamente al fine un successo nel presente e nel futuro. I target relativi al livello di qualità degli eventi formativi sono stati previsti in rialzo rispetto al triennio 2014 - 2016 per rendere l'obiettivo più sfidante per l'amministrazione camerale.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione attività promozionali

indicatori	peso	valore 2014	target 2015	target 2016	target 2017
Livello di qualità delle manifestazioni formative: Rapporto A su B %, dove A = numero dei questionari feed-back sulla formazione WIFI con valutazione buono, molto buono e ottimo e B = numero complessivo dei questionari feed-back di manifestazioni WIFI	33,3%	---	82%	84%	86%
Percentuale delle manifestazioni formative nuove e aggiornate: Rapporto A su B %, dove A = numero delle manifestazione nuove o aggiornate presso il WIFI - Formazione e B = numero complessivo delle manifestazioni formative presso il WIFI - Formazione	33,3%	---	10%	10%	10%
Attività formative realizzate in cooperazione con altri soggetti: Valore di A, dove A = numero attività realizzate dal WIFI in cooperazione	33,3%	---	15	20	20

Obiettivo strategico 3 – Tutela del mercato e della concorrenza

E' obiettivo della Camera garantire che le dinamiche di mercato, nei settori in cui il nostro Ente ha la competenza di controllo, si svolgano secondo le regole. L'assunzione di tali compiti implica anche un miglioramento qualitativo e quantitativo della relativa sorveglianza. Rientrano qui anche le attività del reparto agricoltura come anche i protesti cambiari e protesti d'assegni.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione servizi amministrativi; ripartizione attività promozionali; ripartizione agricoltura

indicatori	peso	valore 2014	target 2015	target 2016	target 2017
Newsletter sul tema della Tutela del mercato e della concorrenza tra imprese (metrologia e tutela della concorrenza): Valore di A, dove A = numero campagne informative tramite newsletter in materia di tutela del mercato e della concorrenza tra imprese	33,3%	--	3	4	4

indicatori	peso	valore 2014	target 2015	target 2016	target 2017
Eventi informativi riguardanti il tema della Tutela del mercato e della concorrenza tra imprese (metrologia e tutela della concorrenza): Valore di A, dove A = numero di eventi informativi riguardanti i temi della tutela del mercato e della concorrenza tra imprese (metrologia e tutela della concorrenza)	33,3%	---	2	3	3
Non conformità riscontrate in materia di tutela del mercato e della concorrenza tra imprese: Rapporto A su B, dove A = numero delle non conformità in materia di tutela del mercato e della concorrenza tra imprese nell'anno del triennio e B = numero delle non conformità in materia di tutela del mercato e della concorrenza tra imprese nell'anno prima del triennio	33,3%	---	<1	<1	<1

Obiettivo strategico 4 – Analisi della struttura economica altoatesina e della cornice giuridico – istituzionale

obiettivo è realizzare e diffondere studi e analisi su temi chiave dell'economia altoatesina e sul quadro giuridico/amministrativo, al fine di fornire informazioni rilevanti per i processi decisionali del mondo politico e delle imprese. Il target relativo ai tempi di risposta alle richieste dati dell'IRE è stato rivisto perché l'alto turnover del personale registrato nella ripartizione in oggetto non permette la previsione di riduzioni di tempi medi di risposta di tale entità.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione ricerca economica

indicatori	peso	valore 2014	target 2015	target 2016	target 2017
Numero di studi di rilevanza per l'economia altoatesina: Valore di A, dove A = numero di studi di rilevanza per l'economia altoatesina	33,3%	---	3	3	3
Quota indagini online IRE: Rapporto A su B %, dove A = numero indagini per statistiche dell'IRE svolte online e B = numero complessivo indagini per statistiche dell'IRE	33,3%	---	10%	15%	15%
Tempi di risposta alle richieste dati all'IRE: Rapporto A su B, dove A = sommatoria dei tempi di risposte alle richieste di dati dell'IRE in gg. E B = totale richieste di dati all'IRE	33,3%	---	29	28	27

Obiettivo strategico 5 – Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa

Lo scopo del presente obiettivo è di ottimizzare e pubblicizzare le attività svolte e i servizi offerti dall'ufficio "Innovazione, tutela della proprietà industriale e sviluppo d'impresa", quali la cooperazione, la creazione e successione d'impresa. Vi rientra anche offrire consulenze informative sul tema "impresa che concilia lavoro e famiglia" e sull'etichettatura dei prodotti. Il target relativo alle campagne promozionali per promuovere la conciliazione fra lavoro e famiglia è stato ridotto per via della riduzione del personale assegnato al progetto specifico. È previsto invece un aumento del target relativo alle consulenze relative allo sviluppo d'impresa per via della rilevanza strategica assegnata internamente al progetto.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione attività promozionali

indicatori	peso	valore 2014	target 2015	target 2016	target 2017
Convegni sul tema dell'innovazione: Valore di A, dove A = numero convegni sull'innovazione	33,3%	---	1	1	1
Campagne promozionali per promuovere la conciliazione fra lavoro e famiglia: Valore di A, dove A = numero campagne promozionali per promuovere la conciliazione fra lavoro e famiglia	33,3%	---	1	1	1
Consulenze individuali sul tema dello sviluppo d'impresa: Valore di A, dove A = numero di giornate di consulenza specializzata "Pronti per il futuro" sul tema dello sviluppo d'impresa	33,3%	---	255	260	265

Obiettivo strategico 6 – Promozione della giustizia alternativa

La Camera di commercio si prefigge l'obiettivo di diffondere la conoscenza presso le imprese e i cittadini dei servizi di mediazione e arbitrato offerti dalla Camera di Commercio e sviluppare ed affinare tali servizi.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione segreteria generale

indicatori	peso	valore 2014	target 2015	target 2016	target 2017
Procedimenti di risoluzione alternativa di controversie (ADR): Valore di A, dove A = numero di procedimenti ADR (arbitrati, perizie contrattuali e arbitraggi) depositati:	33,3%	---	20	22	24

indicatori	peso	valore 2014	target 2015	target 2016	target 2017
Manifestazioni formative ed informative sulla giustizia alternativa: Valore di A, dove A = numero di manifestazioni formative ed informative in tema di giustizia alternativa	33,3%	---	3	3	3
Questionari di customer satisfaction dei servizi ADR con valutazione almeno soddisfacente / Questionari di customer satisfaction dei servizi ADR compilati: Rapporto A su B %, dove A = numero dei questionari di customer satisfaction dei servizi ADR con valutazione almeno soddisfacente e B = numero complessivo dei questionari di customer satisfaction dei servizi ADR compilati	33,3%	---	90%	90%	90%

Obiettivo strategico 7 – Promozione dell'internazionalizzazione e dei prodotti di qualità del territorio

La Camera sostiene le imprese che intendono internazionalizzarsi e diffonde la conoscenza dei servizi offerti dall'EOS in tema d'internazionalizzazione, anche e soprattutto attraverso l'organizzazione di eventi che promuovano tali servizi. Rientra nell'obiettivo anche la promozione dei prodotti di qualità altoatesini.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione attività promozionali; ripartizione agricoltura

indicatori	peso	valore 2014	target 2015	target 2016	target 2017
Customer satisfaction index area International trade support: Rapporto A su B %, dove A = n. clienti che valutano i servizi dell'area Internazionalizzazione con il valore 7 su una scala da 1 a 10 e B = n. complessivo dei clienti che hanno compilato il modulo della customer satisfaction nell'area internazionalizzazione	33,3%	---	80%	80%	80%
Numero clienti dell'EOS: Valore di A, dove A = numero dei clienti dell'EOS	33,3%	---	1.000	1.100	1.200
Customer satisfaction index area Marketing support: Rapporto A su B %, dove A = n. clienti che valutano i servizi dell'area Marketing support con il valore 7 su una scala da 1 a 10 e B = numero complessivo dei clienti che hanno compilato il modulo della customer satisfaction nell'area Marketing support	33,3%	---	80%	80%	80%

Obiettivo strategico 8 – Miglioramento della comunicazione istituzionale

Il fine è di potenziare e rendere più efficace la comunicazione dell'ente verso l'esterno, informando il maggior numero di utenti/stakeholder possibile sulle attività svolte dalla Camera. Il target relativo al numero degli accessi al sito internet camerale è stato rivisto al ribasso: il dato era stato sovrastimato per il triennio 2014 – 2016. Il target relativo al numero degli articoli pubblicati sulla stampa in seguito ai comunicati stampa della Camera è stato modificato per favorire la chiarezza espositiva dello stesso.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali; rappresentanza degli interessi; servizi alle imprese

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione segreteria generale

indicatori	peso	valore 2014	target 2015	target 2016	target 2017
Iscritti newsletter: Valore di A, dove A = numero iscritti ai vari newsletter camerali	33,3%	---	5.000	5.000	5.000
Numero accessi al sito internet camerale: Valore di A, dove A = numero accessi al sito internet camerale	33,3%	---	700.000	800.000	800.000
Numero articoli a seguito dei comunicati stampa della Camera: Valore di A, dove A = numero degli articoli pubblicati a seguito della spedizione dei comunicati stampa della Camera (risonanza dei media)	33,3%	---	100	100	100

Obiettivo strategico 9 – Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Gli aspetti su cui focalizzarsi sono: rispettare i termini di pagamento di beni e servizi ai fornitori e l'attuazione di una progressiva diminuzione di tali tempi; tendere a una diminuzione del carico burocratico a carico degli utenti; migliorare le attività amministrative del registro imprese; l'informatizzazione e la semplificazione delle procedure amministrative. Il target "misure di semplificazione attuate è stato rivisto al ribasso tenendo conto delle misure già intraprese nell'anno 2014, mentre l'indicatore "tempo medio di evasione delle richieste ai vari uffici dei servizi istituzionali è stato sostituito dall'indicatore "numero di eventi per promuovere la trasparenza" perché ritenuto troppo generico e difficilmente rilevabile rispetto agli altri obiettivi presenti nel piano. L'indicatore "Misure di semplificazione attuate è stato spostato in prima posizione.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese; attività istituzionali; amministrazione interna efficiente

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione segreteria generale; ripartizione servizi amministrativi; ripartizione anagrafe camerale

indicatori	peso	valore 2014	target 2015	target 2016	target 2017
Misure di semplificazione attuate: Valore di A, dove A = numero delle misure di semplificazioni adottate	33,3%	---	4	3	2
Numero eventi per promuovere la trasparenza: Valore di A dove A = numero degli eventi per promuovere la trasparenza	33,3%	---	2	2	2
Grado di attuazione delle proposte degli utenti: Rapporto di A su B %, dove A = numero proposte/lettere di protesta degli utenti con soluzione positiva e B = numero proposte/lettere di protesta degli utenti	33,3%	---	80%	80%	80%

Obiettivo strategico 10 – Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

La Camera di commercio intende strutturare attività e processi in un'ottica di miglioramento di efficienza e qualità degli stessi, adattando le azioni e i processi interni ai cambiamenti tecnologici. L'indicatore relativo all'utilizzo della posta elettronica è stato sostituito perché non rilevabile. I target relativi all'eliminazione di moduli cartacei sono stati rivisti al ribasso tenendo conto dei moduli già implementati nell'anno 2014. L'indicatore relativo all'invio di file firmati digitalmente è stato sostituito perché non rilevabile.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Servizi alle imprese; attività istituzionali; amministrazione interna efficiente; rappresentanza degli interessi

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione segreteria generale; ripartizione servizi amministrativi; ripartizione anagrafe camerale; ripartizione agricoltura; ripartizione attività promozionali

Indicatori	peso	valore 2014	target 2015	target 2016	target 2017
Eventi formativi interni per la promozione e lo sviluppo dell'E-Government: Valore di A, dove A = numero di eventi formativi interni per la promozione e lo sviluppo dell'E-Government	33,3%	---	1	2	2
Moduli cartacei eliminati con procedure informatiche: Valore di A, dove A = numero dei moduli cartacei eliminati con procedure informatiche	33,3%	---	5	4	3
Organizzazione di un evento interno collegato alla procedura QM: Data entro la quale l'obiettivo è da raggiungere	33,3%	---	31.12.15	31.12.16	31.12.17

Obiettivo strategico 11 – Sviluppo del personale

L'Ente intende perseguire un miglioramento delle competenze dei dipendenti offrendo e promuovendo percorsi formativi specifici. L'indicatore relativo al numero di circolari trasmesse ai dipendenti è stato sostituito per via del maggiore peso dato all'organizzazione di eventi nei quali sarà possibile discutere direttamente con il personale i temi più rilevanti per la Camera di commercio.

Prospettiva BSC: Apprendimento e sviluppo

Area strategica: Servizi alle imprese; attività istituzionali; amministrazione interna efficiente; rappresentanza degli interessi

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione segreteria generale; ripartizione servizi amministrativi; ripartizione anagrafe camerale; ripartizione agricoltura; ripartizione attività promozionali; ripartizione ricerca economica

Indicatori	peso	valore 2014	target 2015	target 2016	target 2017
Numero medio dei colloqui con i collaboratori nell'anno: Rapporto di A su B. dove A = numero dei colloqui strutturati con il proprio collaboratore e B = numero collaboratori	33,3%	---	1	1	1
Grado di attuazione del piano di formazione: Rapporto di A su B %, dove A = numero corsi interni svolti e B = numero dei corsi interni previsti nel piano formativo	33,3%	---	80%	80%	80%
Riunioni informative a favore del personale camerale: Valore di A, dove A = numero riunioni informative organizzate	33,3%	---	2	3	3

Obiettivo strategico 12 – Equilibrio economico-finanziario dell'Ente

Il fine è quello di preservare lo stato di salute dell'Ente sotto l'aspetto economico finanziario, garantendo la sostenibilità finanziaria a medio - lungo termine, anche con riferimento al patto di stabilità. L'indicatore relativo all'equilibrio economico della gestione corrente è stato modificato per tener conto della riduzione (prevista) dei proventi correnti nel triennio 2015 – 2017.

Prospettiva BSC: Economico - finanziaria

Area strategica: Amministrazione interna efficiente

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione servizi amministrativi

Indicatori	peso	valore 2014	target 2015	target 2016	target 2017
Equilibrio economico della gestione corrente: Rapporto A su B %, dove A = Oneri correnti e B = Proventi correnti	33,3%	---	<125%	<130%	<130%
Solidità finanziaria: Rapporto A su B %, dove A = Patrimonio netto e B = Passivo totale	33,3%	---	60%	60%	60%
Capacità di generare proventi: Rapporto A su B %, dove A = Proventi correnti - (entrate da diritto annuale + diritti di segreteria) e B = proventi correnti (diritto annuale + diritti di segreteria)	33,3%	---	20%	20%	20%

Obiettivo strategico 13 – Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente

L'obiettivo riguarda la valorizzazione delle risorse umane, finanziarie, patrimoniali e tecniche disponibili in un'ottica di efficienza ed efficacia. L'indicatore "scomposizione degli Oneri correnti (interventi economici) è stato sostituito per tener conto delle modifiche al budget 2015/2016/2017.

Prospettiva BSC: Economico - finanziaria

Area strategica: Servizi alle imprese; attività istituzionali; amministrazione interna efficiente; rappresentanza degli interessi

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione segreteria generale; ripartizione servizi amministrativi; ripartizione anagrafe camerale; ripartizione agricoltura; ripartizione attività promozionali; ripartizione ricerca economica

indicatori	peso	valore 2014	target 2015	target 2016	target 2017
Efficienza di struttura: Rapporto A su B %, dove A = oneri correnti delle funzioni istituzionali A + B e B = oneri correnti al netto delle ammortizzazioni	33,3%	---	<80%	<80%	<80%
Scomposizione degli Oneri correnti (costo del personale): Rapporto A su B %, dove A = Costi del personale e B = Oneri correnti	33,3%	---	>120%	>130%	>150%
Dimensionamento del personale: Rapporto [A*1000] su B: Personale (comprese AS e SG . dove A = che ha svolto attività nella Camera di commercio nell'anno e B = Imprese attive	33,3%	---	2,5	2,5	2,5

6 DAGLI OBIETTIVI STRATEGICI AGLI OBIETTIVI OPERATIVI

Il termine obiettivo operativo definisce le azioni necessarie all'implementazione dei programmi strategici e delle relative modalità. Si riportano, di seguito, gli obiettivi operativi per l'anno 2015:

6.1 Mappa operativa

Dagli obiettivi strategici si passa agli obiettivi operativi. La mappa operativa si struttura nel seguente modo:

Obiettivo	Area strategica Rappresentanza degli interessi	Area strategica Attività istituzionali	Area strategica Servizi alle imprese	Area strategica Amministrazione interna efficiente
Prospettiva BSC clienti				
➤ Obiettivo strategico 1 - Sensibilizzazione sui temi economici e promozione di una politica economica vicina alle imprese	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 1.1 - Consolidamento del numero di lezioni presso le scuole altoatesine nell'ambito del progetto "scuola - economia"	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 1.2 - Completamento dei materiali didattici per le scuole nell'ambito del progetto "scuola - economia"	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 1.3 - Organizzazione di manifestazioni ed eventi per gli studenti delle scuole altoatesine	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Obiettivo strategico 2 - Offerta formativa moderna per le imprese	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 2.1 - Realizzazione di un'offerta di formazione ampia e orientata alla pratica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 2.2 - Garantire consulenze formative e informazioni sullo sviluppo del personale neutrali e orientate alla clientela	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Obiettivo strategico 3 - Tutela del mercato e della concorrenza	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 3.1 - Percentuale alta di richieste di sorveglianza dei concorsi a premio accolte	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 3.2 - Contrasti alle "Pratiche commerciali ingannevoli"	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 3.3 - Aumento del numero di imprese vitivinicole con certificazione di qualità	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 3.4 - Snellimento delle pratiche per le domande di cancellazione dei protesti cambiari	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 3.5 - Alto grado di evasione delle richieste di verifica degli strumenti metrici	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 3.6 - Mantenimento del numero delle visite ispettive	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Obiettivo	Area strategica Rappresentanza degli interessi	Area strategica Attività istituzionali	Area strategica Servizi alle imprese	Area strategica Amministrazione interna efficiente
metriche a centri tecnici e laboratori abilitati alla verifica periodica				
• Obiettivo operativo 3.7 - Mantenimento del numero degli oggetti in metallo prezioso prelevati durante le ispezioni presso orafi e gioiellieri	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 3.8 - Effettuazione delle ispezioni dal Servizio metrico nell'ambito della convenzione con Unioncamere	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 3.9 - Effettuazione delle ispezioni dal Servizio tutela della concorrenza nell'ambito della convenzione con Unioncamere	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Obiettivo strategico 4 - Analisi della struttura economica altoatesina e della cornice giuridico - istituzionale	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 4.1 - Richieste da parte della clientela riguardanti dati e statistiche sull'economia altoatesina	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 4.2 - Analisi dello sviluppo congiunturale in Alto Adige	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 4.3 - Aggiornamento dei dati principali sull'economia altoatesina	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 4.4 - Introduzione di una nuova software per la biblioteca camerale	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Obiettivo strategico 5 - Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 5.1 - Promuovere lo spirito imprenditoriale agli studenti altoatesini	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 5.2 - Supporto a persone interessate a mettersi in proprio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 5.3 - Accompagnamento e supporto dei giovani imprenditori	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 5.4 - Promozione del software per l'etichettatura per alimentari (food label check)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 5.5 - Sensibilizzazione delle imprese sul tema di successione d'impresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 5.6 - Aumento dell'attività di consulenza del servizio sicurezza prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 5.7 - Consulenze "Pronti per il futuro"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 5.8 - Sviluppo del progetto Patlib	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Obiettivo strategico 6 - Promozione della giustizia alternativa	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 6.1 - Consolidamento del numero di procedimenti di mediazione	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 6.2 - Ottimizzazione della durata media dei procedimenti ADR	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Obiettivo	Area strategica Rappresentanza degli interessi	Area strategica Attività istituzionali	Area strategica Servizi alle imprese	Area strategica Amministrazione interna efficiente
• Obiettivo operativo 6.3 - Ottimizzazione della durata media dei procedimenti di mediazione	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 6.4 - Ottimizzazione del tempo medio (in giorni) tra la deposito della richiesta di mediazione ed il primo incontro	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 6.5 - Consolidamento del numero di visite sul sito web camerale sulla giustizia alternativa	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Obiettivo strategico 7 - Promozione dell'internazionalizzazione e dei prodotti di qualità del territorio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 7.1 - Consolidamento del numero dei contatti con la clientela nell'ambito dell'area internazionalizzazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 7.2 - Attuazione del programma fieristico 2015 dell'EOS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 7.3 - Attuazione del programma dei seminari 2015 (collaborazione col WIFI) dell'EOS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 7.4 - Ampliamento e delle attività promozionali per i prodotti di qualità altoatesini a nuovi mercati	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 7.5 - Ampliamento delle attività promozionali nella grande distribuzione di alimentari	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 7.6 - Incremento della reputazione e della notorietà dei prodotti di qualità altoatesini	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Obiettivo strategico 8 - Miglioramento della comunicazione istituzionale	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 8.1 - Comunicazione esterna: risonanza nei mass media locali dei comunicati stampa inviati	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 8.2 - Comunicazione esterna: Pagine pubbliredazionali sui media locali	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 8.3 - Realizzazione di un concetto marketing per il Museo Mercantile (2015)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Obiettivo strategico 9 - Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 9.1 - Ottimizzazione del tempo medio (in giorni) fino alla pubblicazione online dei provvedimenti amministrativi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 9.2 - Ottimizzazione dei tempi di registrazione delle fatture in entrata delle aziende speciali	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 9.3 - Ottimizzazione dei tempi necessari per l'emissione dei mandati di pagamento delle fatture in entrata delle aziende speciali	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 9.4 - Miglioramento della qualità della banca dati del Registro imprese	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 9.5 - Tempestività dell'iscrizione al Registro imprese	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Obiettivo	Area strategica Rappresentanza degli interessi	Area strategica Attività istituzionali	Area strategica Servizi alle imprese	Area strategica Amministrazione interna efficiente
delle pratiche di fusione e scissione				
• Obiettivo operativo 9.6 - Sperimentazione modulo telematico AGEST per istanze trasporto transfrontaliero Albo gestori ambientali	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 9.7 - Snellimento della procedura XAC riguardante le forniture di beni e servizi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 9.8 - Miglioramento della qualità della banca dati del registro delle imprese relativamente alle ditte artigiane	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 9.9 - Aumento delle comunicazioni telematiche all'Organismo dei controlli vini tramite la semplificazione della procedura informatica	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 9.10 - Tempestività dei pagamenti delle fatture dei fornitori (passive)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 9.11 - Implementazione delle misure previste relativamente al piano triennale per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Prospettiva BSC processi interni				
➤ Obiettivo strategico 10 - Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.1 - Percentuale alta di certificati di origine rilasciati entro 48 ore dopo la richiesta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.2 - Percentuale alta di visti rilasciati entro 48 ore dopo la richiesta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.3 - Percentuale alta di Carnet ATA rilasciati entro 48 ore dopo la richiesta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.4 - Mantenimento di un numero limitato da parte dei clienti dei settori segreteria camerale e dei servizi ADR	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.5 - Introduzione del nuovo sistema di rilevazione delle presenze	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.6 - Snellimento delle procedure di reclutamento del personale	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.7 - Ottimizzare i tempi di risposta al personale	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.8 - Aggiornamento tempestivo della contabilità attiva	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.9 - Tempestiva emissione del ruolo del diritto annuale 2012	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.10 - Tempestiva contabilizzazione degli stipendi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Obiettivo	Area strategica Rappresentanza degli interessi	Area strategica Attività istituzionali	Area strategica Servizi alle imprese	Area strategica Amministrazione interna efficiente
• Obiettivo operativo 10.11 - implementazione del nuovo sito internet camerale	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.12 - Accesso alla casella di posta elettronica istituzionale tramite il cellulare	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.13 - Ottimizzazione dei tempi medi di evasione delle pratiche telematiche d'iscrizione al Registro delle imprese	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.14 - Ottimizzazione dei tempi di evasione delle pratiche di bilanci al Registro delle imprese	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.15 - Formazione agli utilizzatori dei programmi in uso agli utenti del Registro delle imprese	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.16 - Ottimizzazione dello svolgimento dei progetti e della gestione di richieste di imprese nell'ambito di internazionalizzazione	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.17 - Incrementare numero pratiche telematiche trasmesse alla Sezione Albo gestori ambientali	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.18 - Svolgimento di corsi di formazione sull'invio telematico di pratiche dell'ufficio artigianato	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.19 - Rispetto dei termini di legge nell'evasione delle pratiche dell'ufficio artigianato	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Prospettiva BSC apprendimento e crescita				
➤ Obiettivo strategico 11 - Sviluppo del personale	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 11.1 - Assicurare una formazione ed un aggiornamento professionale del personale adeguati	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 11.2 - Audit famiglia-lavoro	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 11.3 - Sviluppo del personale dell'EOS	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 11.4 - Introduzione e redazione di un piano per il fabbisogno del personale	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Prospettiva BSC economico-finanziario				
➤ Obiettivo strategico 12 - Equilibrio economico-finanziario dell'Ente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 12.1 - Raffronto periodico del preventivo economico con i dati della contabilità analitica (centri di costo)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 12.2 - Aggiornamento del preventivo economico delle aziende speciali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 12.3 - Mantenimento della percentuale di riscossione del diritto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
➤ Obiettivo strategico 13 - Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Obiettivo	Area strategica Rappresentanza degli interessi	Area strategica Attività istituzionali	Area strategica Servizi alle imprese	Area strategica Amministrazione interna efficiente
<ul style="list-style-type: none"> Obiettivo operativo 13.1 – Completamento della rendicontazione dei contributi provinciali riguardanti l'esercizio 2013 (aziende speciali) 	☒	☒	☒	☒
<ul style="list-style-type: none"> Obiettivo operativo 13.2 - Ottimizzazione dei tempi per l'invio dei solleciti di terzo livello ai clienti delle aziende speciali 	☒	☒	☒	☒
<ul style="list-style-type: none"> Obiettivo operativo 13.3 - Riduzione dei costi medi per l'espletamento delle selezioni 	☒	☒	☒	☒
<ul style="list-style-type: none"> Obiettivo operativo 13.4 - Digitalizzazione dei fascicoli mensili dell'ufficio stipendi 	☒	☒	☒	☒
<ul style="list-style-type: none"> Obiettivo operativo 13.5 - Utilizzo ottimale del budget dell'EOS per lo sviluppo dell'internazionalizzazione e del marketing dei prodotti di qualità dell'Alto Adige 	☒	☒	☒	☒
<ul style="list-style-type: none"> Obiettivo operativo 13.6 - Riduzione dei costi medi per l'espletamento delle pratiche relative alla cancellazione di protesti cambiali e protesti d'asegni 	☒	☒	☒	☒
<ul style="list-style-type: none"> Obiettivo operativo 13.7 - Riduzione dei costi medi per l'espletamento dell'iter di acquisto di beni e servizi 	☒	☒	☒	☒

6.2 Obiettivi operativi in dettaglio

Il termine obiettivo operativo definisce le azioni necessarie all'implementazione dei programmi strategici e delle relative modalità. I target si intendono come " \geq ", salva una diversa indicazione nei singoli obiettivi.

Obiettivo operativo 1.1 – Consolidamento del numero di lezioni presso le scuole altoatesine nell'ambito del progetto "scuola – economia"

L'obiettivo del IRE è di sensibilizzare gli studenti, nell'ambito del progetto "scuola – economia" su temi economici tramite presentazioni e lezioni sull'economia altoatesina presso le scuole.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi

Obiettivo strategico: Sensibilizzazione sui temi economici e promozione di una politica economica vicina alle imprese

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Studi, Informazioni economiche, Politica economica

indicatori	peso	Target 2015
Lezioni presso le scuole: valore di A, dove A = numero di lezioni presso le scuole nell'ambito del progetto "scuola – economia"	100%	20

Obiettivo operativo 1.2 – Completamento dei materiali didattici per le scuole nell'ambito del progetto "scuola – economia"

L'IRE distribuisce materiali didattici al fine di sensibilizzare gli studenti sull'economia. L'obiettivo prevede l'aggiornamento di questi materiali da parte del servizio "scuola – economia".

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi

Obiettivo strategico: Sensibilizzazione sui temi economici e promozione di una politica economica vicina alle imprese

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Studi, Informazioni economiche, Politica economica

indicatori	peso	Target 2015
Data entro la quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	31.12.2015

Obiettivo operativo 1.3 – Organizzazione di manifestazioni ed eventi per gli studenti delle scuole altoatesine

L'obiettivo prevede la sensibilizzazione degli studenti sull'economia tramite manifestazioni ed eventi (concorsi di idee, organizzazione di una giornata dell'economia e altri eventi presso la Camera di commercio).

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi

Obiettivo strategico: Sensibilizzazione sui temi economici e promozione di una politica economica vicina alle imprese

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Studi, Informazioni economiche, Politica economica

indicatori	peso	Target 2015
Manifestazioni ed eventi: valore di A, dove A = numero di manifestazioni ed eventi nell'ambito del progetto "scuola-economia"	100%	2

Obiettivo operativo 2.1 – Realizzazione di un'offerta di formazione ampia e orientata alla pratica

Le manifestazioni formative attuate per il raggiungimento dell'obiettivo sono interaziendali e su misura.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Offerta formativa moderna per le imprese

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: WIFI – Formazione e sviluppo del personale

indicatori	peso	Target 2015
Manifestazioni attuate: valore di A, dove A = numero di manifestazioni attuate	100%	200

Obiettivo operativo 2.2 – Garantire consulenze formative e informazioni sullo sviluppo del personale neutrali e orientate alla clientela

Le informazioni e consultazioni garantite non sono orientate alla vendita ma alla clientela.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Offerta formativa moderna per le imprese

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: WIFI – Formazione e sviluppo del personale

indicatori	peso	Target 2015
Consulenze e informazioni sviluppo del personale: valore di A, dove A = numero di consulenze effettuati (eventualmente numero di materiale informativo rilasciato)	100%	100

Obiettivo operativo 3.1 – Percentuale alta di richieste di sorveglianza dei concorsi a premio accolte

Questo obiettivo riguarda il raggiungimento di una percentuale alta di individuazioni dei vincitori di concorsi a premio in relazione alle richieste di intervento e/o sorveglianza pervenute; a tal fine vengono considerate le richieste pervenute almeno 15 giorni prima della data d'intervento per l'individuazione dei vincitori.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Tutela del mercato e della concorrenza

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Qualifiche professionali, esercizi pubblici e commercio

indicatori	peso	Target 2015
Richieste di sorveglianza dei concorsi a premio pervenute: Rapporto A su B %, dove A = numero delle richieste di sorveglianza dei concorsi a premio pervenute e B = concorsi a premio effettivamente sorvegliate nello stesso periodo di riferimento	100%	70%

Obiettivo operativo 3.2 - Contrasti alle "Pratiche commerciali ingannevoli"

Partendo dalle segnalazioni degli utenti la Camera vuole sensibilizzare le imprese, attraverso comunicati stampa e avvisi sul sito internet camerale, sulle alcune pratiche commerciali ingannevoli.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Tutela del mercato e della concorrenza

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Segreteria camerale e Ufficio per le relazioni con il pubblico

indicatori	peso	Target 2015
Comunicati stampa su pratiche commerciali ingannevoli: Valore di A, dove A = numero di comunicati stampa o avvisi sul sito internet camerale su alcune pratiche commerciali ingannevoli	100%	5

Obiettivo operativo 3.3 - Aumento del numero di imprese vitivinicole con certificazione di qualità

L'obiettivo è l'aumento del numero di imprese vitivinicole con vini certificati DOC. La certificazione di qualità dà ai vini un valore aggiunto, che è un vantaggio per tutti i partecipanti alla filiera produttiva.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Tutela del mercato e della concorrenza

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Economia vitivinicola

indicatori	peso	Target 2015
Imprese vitivinicole certificate: Variazione % rispetto allo stato: $A(t) - A(t0) / A(t0)$, dove A = numero delle imprese vitivinicole con certificazione di qualità	100%	+1%

Obiettivo operativo 3.4 – Snellimento delle pratiche per le domande di cancellazione dei protesti cambiari

L'obiettivo è quello dell'ottimizzazione della durata dell'espletamento della pratica per la cancellazione di un effetto protestato; si ritiene di poter ridurre il citato periodo, previsto per legge in 20 giorni, ad almeno 10 giorni, pertanto con un contenimento dei tempi pari al 50%.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Tutela del mercato e della concorrenza

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Patrimonio, economato e contratti

indicatori	peso	Target 2015
Tempo medio di evasione delle domande di cancellazione dei protesti cambiari: Rapporto A su B % , dove A = tempo medio in giorni intercorrente tra l'arrivo della richiesta di cancellazione e sua conclusione (emissione del provvedimento di accoglimento o di rigetto) e B = tempi minimi in giorni di durata della pratica	100%	50%

Obiettivo operativo 3.5 – Alto grado di evasione delle richieste di verifica degli strumenti metrici

L'obiettivo prevede il raggiungimento di un'alta percentuale di evasione delle richieste di verifica degli strumenti metrici.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Tutela del mercato e della concorrenza

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Tutela dell'ambiente e della concorrenza

Indicatori	peso	Target 2015
Richieste di verifica pervenute: Rapporto A su B %, dove A = numero delle richieste di verifica degli strumenti metrici pervenute e B = numero delle richieste di verifica degli strumenti metrici effettivamente evase	100%	100%

Obiettivo operativo 3.6 – Mantenimento del numero delle visite ispettive metriche a centri tecnici e laboratori abilitati alla verifica periodica

L'obiettivo riguarda, dunque, le visite ispettive metriche a centri tecnici (verifica tachigrafi) e laboratori autorizzati (laboratori abilitati alla verifica periodica).

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Tutela del mercato e della concorrenza

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Tutela dell'ambiente e della concorrenza

indicatori	peso	Target 2015
Visite ispettive metriche: Variazione % rispetto allo stato: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, dove A = visite ispettive metriche a centri tecnici e laboratori autorizzati	100%	0%

Obiettivo operativo 3.7 - Mantenimento del numero degli oggetti in metallo prezioso prelevati durante le ispezioni presso orafi e gioiellieri

Questo obiettivo si riferisce al numero degli oggetti in metallo prezioso, cioè oro, argento, palladio e platino, prelevati durante le ispezioni presso orafi e gioiellieri.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Tutela del mercato e della concorrenza

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Tutela dell'ambiente e della concorrenza

indicatori	peso	Target 2015
Oggetti prelevati per l'analisi dei metalli preziosi: Variazione % rispetto allo stato: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, dove A = numero oggetti prelevati per l'analisi dei metalli preziosi	100%	0 - 10 %

Obiettivo operativo 3.8 - Effettuazione delle ispezioni dal Servizio metrico nell'ambito della convenzione con Unioncamere

Il Servizio metrico effettua le ispezioni nell'ambito delle attività di sorveglianza previste dalla convenzione SVIM (sorveglianza e vigilanza sul mercato) con Unioncamere.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Tutela del mercato e della concorrenza

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Tutela dell'ambiente e della concorrenza

indicatori	peso	Target 2015
Rispetto della convenzione Ministero - Unioncamere: Data entro la quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	31.12.2015

Obiettivo operativo 3.9 - Effettuazione delle ispezioni dal Servizio tutela della concorrenza nell'ambito della convenzione con Unioncamere

Il Servizio tutela della concorrenza effettua le ispezioni nell'ambito delle attività di sorveglianza previste dalla convenzione SVIM (sorveglianza e vigilanza sul mercato) con Unioncamere.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Tutela del mercato e della concorrenza

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Tutela dell'ambiente e della concorrenza

indicatori	peso	Target 2015
Ispezioni del Servizio tutela della concorrenza: Valore di A, dove A = Numero di ispezioni del Servizio tutela della concorrenza nell'ambito della convenzione SVIM (sorveglianza e vigilanza sul mercato)	100%	4

Obiettivo operativo 4.1 – Richieste da parte della clientela riguardanti dati e statistiche sull'economia altoatesina

L'IRE desidera rispondere alle richieste, riguardanti statistiche e dati sull'economia altoatesina, che riceve al fine di informare i soggetti dell'economia per potenziare la loro competitività.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi

Obiettivo strategico: Analisi della struttura economica altoatesina e della cornice giuridico - istituzionale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Studi, Informazioni economiche, Politica economica

indicatori	peso	Target 2015
Richieste riguardanti statistiche e dati sull'economia altoatesina Valore di A, dove A = numero di richieste riguardanti statistiche e dati sull'economia altoatesina alle quali è stato dato una risposta	100%	100

Obiettivo operativo 4.2 – Analisi dello sviluppo congiunturale in Alto Adige

Il Barometro dell'economia assicura un monitoraggio dell'andamento dell'economia altoatesina. Gli imprenditori, appartenenti ai vari settori, sono chiamati a fornire una valutazione sull'andamento della propria attività, nonché a formulare le loro previsioni per il futuro. Vengono presi in esame il fatturato, gli ordinativi, gli investimenti, la dinamica occupazionale e la redditività.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi

Obiettivo strategico: Analisi della struttura economica altoatesina e della cornice giuridico - istituzionale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Studi, Informazioni economiche, Politica economica

indicatori	peso	Target 2015
Edizioni del barometro dell'economia: Valore di A, dove A = numero di analisi congiunturali effettuate	100%	2

Obiettivo operativo 4.3 – Aggiornamento dei dati principali sull'economia altoatesina

L'IRE attualizza mensilmente i dati base più importanti dell'economia altoatesina..

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi

Obiettivo strategico: Analisi della struttura economica altoatesina e della cornice giuridico - istituzionale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Studi, Informazioni economiche, Politica economica

indicatori	peso	Target 2015
Rapporti mensili sull'economia altoatesina: Valore di A, dove A = Numero dei rapporti mensili sull'economia altoatesina	100%	12

Obiettivo operativo 4.4 - Introduzione di una nuova software per la biblioteca camerale

L'IRE si prefigge l'obiettivo di introdurre un nuovo sistema informatico per la gestione della biblioteca camerale.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi

Obiettivo strategico: Analisi della struttura economica altoatesina e della cornice giuridico - istituzionale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Studi, Informazioni economiche, Politica economica

indicatori	peso	Target 2015
Data entro la quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	31.12.2015

Obiettivo operativo 5.1 - Promuovere lo spirito imprenditoriale degli studenti altoatesini

La Camera si prefigge l'obiettivo di informare gli studenti sulle condizioni di mettersi in proprio e sulla creazione d'impresa.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Innovazione e sviluppo d'impresa

indicatori	peso	Target 2015
Relazioni sul tema della creazione d'impresa a favore delle scuole: Valore di A, dove A = numero relazioni a favore delle scuole sul tema della creazione d'impresa	100%	10

Obiettivo operativo 5.2 - Supporto a persone interessate a mettersi in proprio

L'obiettivo prevede l'offerta di colloqui individuali e gratuiti di consulenza per chi vuole mettersi in proprio.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Innovazione e sviluppo d'impresa

indicatori	peso	Target 2015
Prime consulenze del servizio creazione d'impresa: Valore di A, dove A = numero delle prime consulenze al servizio creazione d'impresa	100%	300

Obiettivo operativo 5.3 - Accompagnamento e supporto dei giovani imprenditori

La Camera dà un sostegno ai giovani imprenditori nella fase iniziale (massimo 5 anni) della propria attività mettendo a disposizione una piattaforma per lo scambio di esperienze e di know how ("Aperitivo start-up").

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Innovazione e sviluppo d'impresa

indicatori	peso	Target 2015
"Aperitivi start-up": Valore di A, dove A = numero "Aperitivi start-up"	100%	2

Obiettivo operativo 5.4 - Promozione del software per l'etichettatura per alimentari (food label check)

L'applicativo food label check consente in modo intuitivo di verificare se la propria etichettatura alimentare sia conforme alle disposizioni.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Innovazione e sviluppo d'impresa

indicatori	peso	Target 2015
Utenti registrati food label check: Valore di A, dove A = numero utenti registrati dell'applicativo food label check	100%	300

Obiettivo operativo 5.5 – Sensibilizzazione delle imprese sul tema di successione d'impresa

La Camera si pone l'obiettivo di sensibilizzare le imprese sulla necessità di un rapporto di comunicazione adeguato nell'ambito del processo di successione d'impresa.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Innovazione e sviluppo d'impresa

indicatori	peso	Target 2015
Numero delle prime consulenze sulla successione d'impresa: Valore di A, dove A = numero delle prime consulenze sulla successione d'impresa	100%	10

Obiettivo operativo 5.6 – Aumento dell'attività di consulenza del servizio sicurezza prodotti

La Camera si pone l'obiettivo di sensibilizzare ed informare le imprese sulla certificazione CE e ambisce aumentare il numero delle imprese informate.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Innovazione e sviluppo d'impresa

indicatori	peso	Target 2015
Consulenze sicurezza dei prodotti e certificazione CE: Valore di A, dove A = numero imprese che hanno usufruito di una consulenza sul tema della certificazione CE e della sicurezza dei prodotti	100%	20

Obiettivo operativo 5.7 – Consulenze "pronti per il futuro"

La Camera si pone l'obiettivo di promuovere il progetto relativo allo sviluppo d'impresa "pronti per il futuro".

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Innovazione e sviluppo d'impresa

indicatori	peso	Target 2015
Consulenze "pronti per il futuro": Valore di A, dove A = numero delle imprese che hanno usufruito nell'ambito del progetto "pronti per il futuro"	100%	50

Obiettivo operativo 5.8 – Sviluppo del progetto Patlib

La Camera si pone l'obiettivo di promuovere le ricerche nel campo dei marchi.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Innovazione e sviluppo d'impresa

indicatori	peso	Target 2015
Patlib: Valore di A, dove A = numero delle ricerche relative ai marchi	100%	100

Obiettivo operativo 6.1 – Consolidamento del numero di procedimenti di mediazione

L'organismo di mediazione si prefigge l'obiettivo di gestire un numero crescente dei procedimenti di mediazione ai sensi del d.lgs. 28/2010.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Promozione della giustizia alternativa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Segreteria camerale e Ufficio per le relazioni con il pubblico

indicatori	peso	Target 2015
Procedimenti mediazione: Valore di A, dove A = numero di procedimenti di mediazione depositati	100%	230

Obiettivo operativo 6.2 – Ottimizzazione della durata media dei procedimenti ADR

È prevista l'ottimizzazione della durata media dei procedimenti ADR in giorni (sono esclusi i procedimenti di mediazione ai sensi del d.lgs. 28/2010).

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Promozione della giustizia alternativa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Segreteria camerale e Ufficio per le relazioni con il pubblico

indicatori	peso	Target 2015
Procedimenti ADR: Rapporto A su B, dove A = Sommatoria della durata in giorni di tutti i procedimenti ADR e B = numero complessivo dei procedimenti ADR	100%	<190

Obiettivo operativo 6.3 – Ottimizzazione della durata media dei procedimenti di mediazione

È prevista l'ottimizzazione della durata media dei procedimenti di mediazione.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Promozione della giustizia alternativa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Segreteria camerale e Ufficio per le relazioni con il pubblico

indicatori	peso	Target 2015
Durata dei procedimenti mediazione: Rapporto A su B, dove A = Sommatoria della durata in giorni di tutti i procedimenti di mediazione e B = numero complessivo dei procedimenti di mediazione	100%	<100

Obiettivo operativo 6.4 – Ottimizzazione del tempo medio (in giorni) tra il deposito della richiesta di mediazione ed il primo incontro

L'obiettivo è di abbreviare il tempo medio che intercorre fra il deposito delle istanze di mediazione ed il primo incontro di mediazione.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Promozione della giustizia alternativa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Segreteria camerale e Ufficio per le relazioni con il pubblico

indicatori	peso	Target 2015
Tempi medi di evasione del procedimento di mediazione: Rapporto A su B, dove A = Sommatoria della durata in giorni dal deposito dell'istanza al primo incontro di mediazione e B = numero complessivo dei procedimenti di mediazione giunti al primo incontro di mediazione	100%	<50

Obiettivo operativo 6.5 – Consolidamento del numero di visite sul sito web camerale sulla giustizia alternativa

Si ambisce al consolidamento del numero di visite del sito web camerale sulla giustizia alternativa attraverso il costante aggiornamento delle informazioni dei servizi pubblicati sul sito internet.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Promozione della giustizia alternativa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Segreteria camerale e Ufficio per le relazioni con il pubblico

indicatori	peso	Target 2015
Visite sul sito web camerale riguardante il tema della giustizia alternativa: Valore di A, dove A = numero di visite sul sito web camerale riguardante il tema della giustizia alternativa	100%	6.000

Obiettivo operativo 7.1 - Consolidamento del numero dei contatti con la clientela nell'ambito dell'area internazionalizzazione

L'EOS - Organizzazione Export Alto Adige si prefigge l'obiettivo di aumentare l'attrattività attraverso l'ottimizzazione dell'offerta di servizi.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione dell'internazionalizzazione e dei prodotti di qualità del territorio

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Organizzazione Export Alto Adige - EOS

indicatori	peso	Target 2015
Contatti internazionalizzazione EOS: Valore di A, dove A = Numero dei contatti con i clienti dell'area internazionalizzazione dell'EOS	100%	2.000

Obiettivo operativo 7.2 - Attuazione del programma fieristico 2015 dell'EOS

L'obiettivo prevede l'organizzazione di stand collettivi di imprese altoatesine nelle fiere principali sul territorio nazionale ed all'esterno; l'EOS ambisce inoltre a essere presente su nuove fiere e per settori nuovi.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione dell'internazionalizzazione e dei prodotti di qualità del territorio

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Organizzazione Export Alto Adige - EOS

indicatori	peso	Target 2015
Imprese partecipanti a stand fieristici collettivi organizzati dall'EOS: Valore di A, dove A = numero delle imprese partecipanti a stands fieristici collettivi organizzati dall'EOS	50%	450
Trend fiere organizzati dall'EOS: Rapporto A su B %, dove A = numero fiere nuove organizzati dall'EOS e B = numero complessivo delle fiere organizzate dall'EOS	50%	15%

Obiettivo operativo 7.3 – Attuazione del programma dei seminari 2015 (collaborazione col WIFI) dell'EOS

L'obiettivo prevede lo svolgimento di seminari ed offerte di formazione sull'esportazione ai fine di preparare le imprese altoatesine per l'internazionalizzazione.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione dell'internazionalizzazione e dei prodotti di qualità del territorio

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Organizzazione Export Alto Adige – EOS

indicatori	peso	Target 2015
Partecipanti a manifestazioni sull'export: Valore di A, dove A = numero dei partecipanti di seminari ed offerte di formazione sull'export	100%	120

Obiettivo operativo 7.4 – Ampliamento e delle attività promozionali per i prodotti di qualità altoatesini a nuovi mercati

L'EOS – Organizzazione export Alto Adige si prefigge l'obiettivo di ampliare le attività promozionali per i prodotti di qualità altoatesini a nuovi mercati, in particolare la commercializzazione del vino nella Russia.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione dell'internazionalizzazione e dei prodotti di qualità del territorio

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Organizzazione Export Alto Adige – EOS

indicatori	peso	Target 2015
Nuovi mercati esplorati dall'EOS: Valore di A, dove A = numero nuovi mercati nei quali vengono effettuate le attività promozionali per i prodotti di qualità altoatesini	100%	1

Obiettivo operativo 7.5 – Ampliamento delle attività promozionali nella grande distribuzione di alimentari

L'obiettivo prevede, nell'ambito dei progetti UE e dei promozioni dell'Alto Adige nella grande distribuzione, il coinvolgimento dei produttori di prodotti di qualità altoatesini.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione dell'internazionalizzazione e dei prodotti di qualità del territorio

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Organizzazione Export Alto Adige – EOS

indicatori	peso	Target 2015
Imprese coinvolte nelle attività promozionali nella grande distribuzione di alimentari: Valore di A, dove A = numero di imprese coinvolte nelle attività promozionali a favore dei prodotti di qualità altoatesini nella grande distribuzione	100%	25

Obiettivo operativo 7.6 – Incremento della reputazione e della notorietà dei prodotti di qualità altoatesini

L'obiettivo prevede il consolidamento della reputazione e della notorietà dei prodotti di qualità altoatesini tramite un marketing equilibrato e attività finalizzate.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione dell'internazionalizzazione e dei prodotti di qualità del territorio

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Organizzazione Export Alto Adige - EOS

indicatori	peso	Target 2015
Pubblicazioni e attività di PR per i prodotti di qualità altoatesini: Rapporto A su B, dove A = numero di pubblicazioni e comunicati PR sui prodotti di qualità altoatesini effettivamente pubblicati e B = numero complessivo delle pubblicazioni e comunicati PR sui prodotti di qualità altoatesini inviati	50%	4
Visitatori nelle pagine web e social media dedicati ai prodotti di qualità altoatesini: Variazione % rispetto allo stato: $A(t) - A(t0) / A(t0)$, dove A = numero di visitor/fans di tutti i siti web e delle apparizioni nei social media dei prodotti di qualità altoatesini	50%	+10%

Obiettivo operativo 8.1 – Comunicazione esterna: risonanza nei mass media locali dei comunicati stampa inviati

L'obiettivo riguarda il monitoraggio del numero di articoli e servizi pubblicati e diffusi dai mass media locali in riferimento ai comunicati stampa inviati dal reparto Comunicazione.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Miglioramento della comunicazione istituzionale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Comunicazione

indicatori	peso	Target 2015
Pubblicazioni/comunicati stampa del reparto Comunicazione: Rapporto A su B, dove A = numero delle pubblicazioni sui mass-media nell'anno e B = numero comunicati stampa inviati nell'anno	100%	6

Obiettivo operativo 8.2 – Comunicazione esterna: Pagine pubbliredazionali sui media locali

L'obiettivo si riferisce alle pubblicazione a cadenza regolare di pagine pubbliredazionali su quotidiani e ai settimanali a carattere economico in lingua italiana e tedesca.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Miglioramento della comunicazione istituzionale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Comunicazione

indicatori	peso	Target 2015
Pagine pubbliredazionali del reparto Comunicazione: Valore di A, dove A = Numero di pagine pubbliredazionali pubblicati	100%	45

Obiettivo operativo 8.3 – Realizzazione di un concetto di marketing per il museo mercantile

L'obiettivo si riferisce alla creazione di un concetto di marketing per l'anno 2015.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Miglioramento della comunicazione istituzionale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Comunicazione

indicatori	peso	Target 2015
Realizzazione di marketing: Data entro la quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	31.12.2015

Obiettivo operativo 9.1 – Ottimizzazione del tempo medio (in giorni) fino alla pubblicazione online dei provvedimenti amministrativi

L'Amministrazione camerale si prefigge l'obiettivo di pubblicare online, nel miglior tempo possibile, tutti i provvedimenti che devono essere resi accessibili; la durata media si riferisce al tempo che intercorre fra adozione del provvedimento da parte dell'organo competente e la pubblicazione sull'albo camerale informatica della Camera di commercio.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Segreteria camerale e Ufficio per le relazioni con il pubblico

indicatori	peso	Target 2015
Durata pubblicazione online dei provvedimenti amministrativi: Rapporto A su B, dove A = Sommatoria dei tempi necessari per la pubblicazione online dei provvedimenti amministrativi e B = numero totale provvedimenti amministrativi	100%	<12

Obiettivo operativo 9.2 - Ottimizzazione dei tempi di registrazione delle fatture in entrata delle aziende speciali

Qui si riferisce al tempo medio intercorrente tra la data di protocollo in entrata delle fatture e la data di stampa del modulo di liquidazione.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione Aziende speciali

indicatori	peso	Target 2015
Tempi di pagamento delle fatture in entrate delle aziende speciali: Rapporto A su B, dove A = somma dei giorni impiegati per la registrazione di ogni fattura in entrata delle aziende speciali dall'inserimento del relativo ordine nel gestionale se successivo alla fattura in entrata e B = n. totale fatture in entrata delle aziende speciali	100%	<=8

Obiettivo operativo 9.3 - Ottimizzazione dei tempi necessari per l'emissione dei mandati di pagamento delle fatture in entrata delle aziende speciali

L'obiettivo si riferisce al tempo medio intercorrente tra la data di ricevimento del modulo di liquidazione firmato dal responsabile dell'ordine e la data di emissione del mandato di pagamento.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione Aziende speciali

indicatori	peso	Target 2015
<p>Tempi per l'emissione del mandato di pagamento per ogni fattura in entrata delle aziende speciali: Rapporto A su B, dove A = somma dei giorni impiegati per l'emissione del mandato di pagamento di ogni fattura in entrata delle aziende speciali dall'ottenimento delle certificazioni e delle dichiarazioni sostitutive necessarie e B = n. totale fatture in entrata delle aziende speciali</p>	100%	<=5

Obiettivo operativo 9.4 – Miglioramento della qualità della banca dati del Registro imprese

L'obiettivo è realizzato attraverso l'avviamento della procedura di cancellazione d'ufficio delle imprese non più operative ai sensi del DPR 247/2004 e dell'art. 2490 c.c.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Registro delle imprese

indicatori	peso	Target 2015
<p>Cancellazioni d'ufficio del Registro delle imprese: Valore di A, dove A = numero totale di procedure di cancellazione d'ufficio avviate dal Registro delle imprese</p>	100%	200

Obiettivo operativo 9.5 – Tempestività dell'iscrizione al Registro imprese delle pratiche di fusione e scissione

Considerata l'importanza e complessità della procedura da seguire per questa tipologia di pratiche, si intendono adottare tempi di evasione inferiori ai termini di legge. L'obiettivo determina quindi un termine di tre giorni dalla protocollazione (sono escluse le pratiche in cui l'utente chiede l'iscrizione in data certa).

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Registro delle imprese

indicatori	peso	Target 2015
<p>Tempi di evasione delle pratiche di fusione/scissione pervenute al Registro delle imprese: Rapporto A su B %, dove A = totale pratiche di fusione/scissione pervenute al Registro delle imprese evase entro 3 giorni lavorativi e B = totale pratiche di fusione/scissione pervenute al registro delle imprese</p>	100%	60%

Obiettivo operativo 9.6 – Sperimentazione modulo telematico AGEST per istanze trasporto transfrontaliero Albo gestori ambientali

È prevista l'introduzione in via sperimentale di un nuovo modulo informatico per permettere ad un gruppo pilota di imprese estere di trasmettere per via telematica le istanze all'Albo gestori ambientali.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Tutela dell'ambiente e della concorrenza

indicatori	peso	Target 2015
Data entro quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	31.12.2015

Obiettivo operativo 9.7 – Snellimento della procedura XAC riguardante le forniture di beni e servizi

L'obiettivo prevede l'ottimizzazione della durata della procedura per l'acquisto di beni e servizi per gli uffici camerali; si ritiene di poter ridurre il citato periodo di circa il 20% rispetto a quello attuale.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Patrimonio, economato e contratti

indicatori	peso	Target 2015
Tempi tra richiesta d'acquisto e liquidazione nei procedimenti delle forniture di beni e servizi: Variazione % rispetto allo stato: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, dove A = tempo medio in giornate intercorrente tra l'inserimento della richiesta d'acquisto da parte dei dipendenti fino all'atto di liquidazione della fattura, passando per le diverse fasi che compongono la procedura	100%	-20%

Obiettivo operativo 9.8 – Miglioramento della qualità della banca dati del registro delle imprese relativamente alle ditte artigiane

L'obiettivo prevede l'avviamento del procedimento di cancellazione d'ufficio ovvero la rettifica dei dati iscritti delle imprese artigiane in presenza dei presupposti di legge.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Artigianato

indicatori	peso	Target 2015
Cancellazioni ovvero rettifiche d'ufficio per le imprese artigiane: Valore di A, dove A = numero di procedimenti di cancellazioni ovvero rettifiche d'ufficio (imprese artigiane)	100%	45

Obiettivo operativo 9.9 - Aumento delle comunicazioni telematiche all'Organismo dei controlli vini tramite la semplificazione della procedura informatica

Le comunicazioni obbligatorie di imbottigliamento del vino vengono trasmesse da tredici imprese. L'obiettivo si occupa della semplificazione dei processi di trasmissione telematica, con la quale si cerca di aumentare il numero di imprese interessate al medesimo tipo di trasmissione.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Economia vitivinicola

indicatori	peso	Target 2015
Imprese vitivinicole con comunicazioni telematiche: Variazione % rispetto allo stato: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, dove A = numero delle imprese vitivinicole con comunicazioni telematiche	100%	+3%

Obiettivo operativo 9.10 - Tempestività dei pagamenti delle fatture dei fornitori (passive)

L'obiettivo riguarda il pagamento delle fatture entro 20 giorni lavorativi dal ricevimento (in collaborazione con l'Economato e l'ufficio che approva pagamenti).

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Contabilità, bilancio e finanze; Patrimonio, economato e contratti

indicatori	peso	Target 2015
Fatture passive pagate entro 30 giorni: Rapporto A su B %, dove A = numero fatture passive pagate entro 20 giorni e B = numero complessivo fatture passive pagate	100%	80%

Obiettivo operativo 9.11 - Implementazione delle misure previste relativamente al piano triennale per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità

L'obiettivo riguarda l'implementazione di tutte le misure previste relativamente al PTPC.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Contabilità, bilancio e finanze;

indicatori	peso	Target 2015
Implementazione delle misure relative al PTPC: Data entro la quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	31.12.2015

Obiettivo operativo 10.1 – Percentuale alta di certificati di origine rilasciati entro 48 ore dopo la richiesta

L'obiettivo è il raggiungimento di una percentuale alta di certificati di origine rilasciati entro 48 ore dopo la richiesta, considerando solo gli effettivi giorni lavorativi.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Qualifiche professionali, esercizi pubblici e commercio

indicatori	peso	Target 2015
Documenti per il commercio estero – certificati di origine rilasciati entro 48 ore: Rapporto A su B %, dove A = numero di certificati di origine rilasciati entro 48 ore e B = numero totale di certificati di origine rilasciati nello stesso periodo di riferimento	100%	70%

Obiettivo operativo 10.2 – Percentuale alta di visti rilasciati entro 48 ore dopo la richiesta

L'obiettivo riguarda il raggiungimento di una percentuale alta di visti rilasciati entro 48 ore dopo la richiesta, considerando solo gli effettivi giorni lavorativi.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Qualifiche professionali, esercizi pubblici e commercio

indicatori	peso	Target 2015
Documenti per il commercio estero – visti rilasciati entro 48 ore: Rapporto A su B %, dove A = numero di visti rilasciati entro 48 ore e B = numero totale di visti rilasciati nello stesso periodo di riferimento	100%	70%

Obiettivo operativo 10.3 - Percentuale alta di Carnet ATA rilasciati entro 48 ore dopo la richiesta

L'obiettivo è quello di raggiungere una percentuale alta di Carnet ATA rilasciati entro 48 ore dopo la richiesta, considerando solo gli effettivi giorni lavorativi.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Qualifiche professionali, esercizi pubblici e commercio

indicatori	peso	Target 2015
Documenti per il commercio estero - carnet ATA rilasciati entro 48 ore: Rapporto A su B %, dove A = numero di Carnet ATA rilasciati entro 48 ore e B = numero totale di Carnet ATA rilasciati nello stesso periodo	100%	70%

Obiettivo operativo 10.4 - Mantenimento di un numero limitato delle contestazioni da parte dei clienti dei settori segreteria camerale e dei servizi ADR

L'obiettivo consiste nel erogare servizi talmente efficienti da mantenere basso il numero delle contestazioni dei clienti dei settori segreteria camerale e dei servizi ADR.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Segreteria camerale e Ufficio per le relazioni con il pubblico

indicatori	peso	Target 2015
Contestazioni dei clienti: Valore di A, dove A = numero di contestazioni dei clienti del settore Segreteria camerale e dei servizi ADR	100%	<=5

Obiettivo operativo 10.5 - Implementazione del nuovo sistema di rilevazione delle presenze

L'obiettivo si riferisce all'implementazione del nuovo sistema presenze che prevede l'integrazione della gestione missioni - presenze - reparto paghe e la riduzione dei flussi cartacei (in collaborazione con l'ufficio Informatica e CED).

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione del personale

indicatori	peso	Target 2015
Data entro quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	31.12.2015

Obiettivo operativo 10.6 – Snellimento delle procedure di reclutamento del personale

L'obiettivo è l'ottimizzazione della durata delle procedure di reclutamento del personale.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione del personale

indicatori	peso	Target 2015
Tempo medio intercorrente tra indizione/conclusione dei procedimenti di reclutamento del personale: Variazione % rispetto allo stato: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, dove A = tempo medio intercorrente tra indizione della selezione e sua conclusione (ultimo esame)	100%	-3%

Obiettivo operativo 10.7 – Ottimizzare i tempi di risposta al personale

L'obiettivo prevede l'ottimizzazione dei tempi di risposta alle richieste dei dipendenti nel rispetto dei 30 giorni previsti dalla legge regionale.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione del personale

indicatori	peso	Target 2015
Tempi di risposta alle richieste del personale Rapporto di A su B, dove A = sommatoria delle giornate intercorrenti dalla data di protocollazione della richiesta o dalla data di scadenza per la presentazione alla comunicazione di risposta dell'amministrazione e B = numero delle richieste del personale	100%	25

Obiettivo operativo 10.8 – Aggiornamento tempestivo della contabilità attiva

Questo obiettivo mira alla conferma definitiva (posting) delle scritture attive entro il 15 del mese successivo.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Contabilità, bilancio e finanze

indicatori	peso	Target 2015
Tempi di aggiornamento della contabilità attiva Valore di A, dove A = Mesi dell'anno nei quali la conferma definitiva (posting) è avvenuta entro il 15 del mese successivo	100%	10

Obiettivo operativo 10.9 - Tempestiva emissione del ruolo del diritto annuale 2012

L'obiettivo prevede la trasmissione del ruolo 2012 a Infocamere entro il 30.06.2015.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Contabilità, bilancio e finanze

indicatori	peso	Target 2015
Data entro quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	30.06.2015

Obiettivo operativo 10.10 - Tempestiva contabilizzazione degli stipendi

Questo obiettivo operativo prevede la contabilizzazione delle paghe nel programma di contabilità (Oracle) entro il mese successivo alla liquidazione degli stipendi.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Contabilità, bilancio e finanze

indicatori	peso	Target 2015
Contabilizzazione degli stipendi nel programma di contabilità: Valore di A, dove A = Numero delle mensilità (13) nella quale la contabilizzazione delle paghe nel programma di contabilità è avvenuta entro il mese successivo alla liquidazione degli stipendi	100%	10

Obiettivo operativo 10.11 - Implementazione del nuovo sito internet camerale

La Camera di commercio si pone l'obiettivo relativo all'implementazione del nuovo sito internet camerale.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Informatica e C.E.D.

indicatori	peso	Target 2015
Data entro quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	31.12.2015

Obiettivo operativo 10.12 – Accesso alla casella di posta elettronica istituzionale tramite il cellulare

Con il presente obiettivo l'ente vorrebbe raggiungere una migliore reperibilità delle persone e minori tempi di risposta a richieste pervenute per e-mail.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Informatica e C.E.D.

indicatori	peso	Target 2015
Data entro quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	31.12.2015

Obiettivo operativo 10.13 – Ottimizzazione dei tempi medi di evasione delle pratiche telematiche d'iscrizione al Registro delle imprese

L'obiettivo prevede il rispetto dei tempi medi di evasione delle pratiche telematiche d'iscrizione al Registro delle imprese entro 5 giorni lavorativi; in caso di eventi straordinari connessi a scadenze normative, le pratiche ad essi attinenti non verranno conteggiate; sono inoltre esclusi i bilanci e i protocolli d'ufficio.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Registro delle imprese

indicatori	peso	Target 2015
Pratiche telematiche d'iscrizione al registro delle imprese evase entro 5 giorni Rapporto A su B %, dove A = numero delle pratiche telematiche d'iscrizione al Registro delle imprese evase entro 5 giorni lavorativi e B = numero complessivo delle pratiche telematiche d'iscrizione al Registro delle imprese	100%	65%

Obiettivo operativo 10.14 - Ottimizzazione dei tempi di evasione delle pratiche di bilanci al Registro delle imprese

L'obiettivo prevede l'istruttoria e l'evasione delle pratiche di deposito dei bilanci delle società di capitali entro 100 giorni dalla protocollazione della pratica; attualmente le società di capitali iscritte al Registro delle imprese con obbligo di deposito del bilancio risultano circa n. 8.860.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Registro delle imprese

indicatori	peso	Target 2015
Istruttoria entro il mese di agosto dell'80 % delle pratiche di bilancio protocollate al Registro imprese nel mese di maggio: Rapporto A su B %, dove A = numero delle pratiche di bilancio protocollate al Registro delle imprese nel mese di maggio e B = numero delle pratiche di bilancio complessive istruite al Registro imprese entro il mese di agosto	100%	80%

Obiettivo operativo 10.15 - Formazione degli utenti sui programmi del Registro imprese

L'obiettivo prevede l'offerta di un adeguato numero di giornate formative al personale degli studi professionali e delle associazioni di categoria che si occupano della preparazione delle pratiche del Registro imprese.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Registro delle imprese

indicatori	peso	Target 2015
Formazione dell'utenza : Valore di A, dove A = numero dei corsi di formazione a favore degli utenti relativamente ai programmi del Registro imprese	100%	3

Obiettivo operativo 10.16 - Ottimizzazione dello svolgimento dei progetti e della gestione di richieste di imprese nell'ambito di internazionalizzazione

L'obiettivo prevede l'introduzione di un sistema "ticketing" per migliorare e rendere più trasparente la gestione di progetti e l'assistenza clienti, tramite il sistema CRM.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Organizzazione Export Alto Adige - EOS

indicatori	peso	Target 2015
Data entro quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	31.12.2015

Obiettivo operativo 10.17 - Incrementare numero pratiche telematiche trasmesse alla Sezione Albo gestori ambientali

Sensibilizzare le imprese iscritte all'Albo affinché utilizzino il sistema telematico di trasmissione delle istanze all'Albo gestori ambientali.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Tutela dell'ambiente e della concorrenza

indicatori	peso	Target 2015
Pratiche telematiche pervenute alla sezione dell'Albo gestori ambientali: Rapporto A su B %; dove A = numero delle pratiche telematiche pervenute alla sezione dell'Albo gestori ambientali e B = numero complessivo delle istanze lavorate dalla Segreteria della Sezione	100%	2%

Obiettivo operativo 10.18 - Svolgimento di corsi di formazione sull'invio telematico di pratiche dell'ufficio artigianato

L'obiettivo prevede l'offerta di specifici corsi di formazione rivolti alle associazioni di categoria concernenti la trasmissione telematica delle pratiche relative alle imprese artigiane e la connessa iscrizione ai fini assicurativi e previdenziali.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Artigianato

indicatori	peso	Target 2015
Corsi sull'invio telematico delle pratiche dell'ufficio artigianato: Valore di A, dove A = numero dei corsi sull'invio telematico delle pratiche dell'ufficio artigianato nell'anno di riferimento	100%	2

Obiettivo operativo 10.19 – Rispetto dei termini di legge nell'evasione delle pratiche dell'ufficio artigianato

L'obiettivo prevede il rispetto dei termini di legge di 10 giorni (sono inclusi i controlli aggiuntivi dell'assicurazione previdenziale del titolare d'impresa e dei collaboratori familiari).

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Artigianato

Indicatori	peso	Target 2015
Pratiche dell'ufficio artigianato trattati entro il termine di legge: Rapporto A su B %, dove A = Numero pratiche dell'ufficio artigianato trattati entro il termine di legge e B = numero complessivo delle pratiche dell'ufficio artigianato	100%	70%

Obiettivo operativo 11.1 – Assicurare una formazione ed un aggiornamento professionale del personale adeguati

L'obiettivo si riferisce all'assicurazione di una formazione e di un aggiornamento personale del personale adeguato e all'aumento dell'efficienza.

Prospettiva BSC: Apprendimento e crescita

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Sviluppo del personale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione del personale

indicatori	peso	Target 2015
Diffusione dell'attività formativa del personale camerale: Rapporto A su B % , dove A = Personale della Camera di commercio presente a tempo indeterminato partecipante ad almeno un corso di formazione nell'anno e B = Personale della Camera di commercio presente a tempo indeterminato nell'anno	100%	60%

Obiettivo operativo 11.2 – Audit famiglia-lavoro

L'obiettivo si riferisce al numero delle imprese che si certificano entro l'anno.

Prospettiva BSC: Apprendimento e crescita

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Sviluppo del personale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione del personale; Innovazione e sviluppo d'impresa

indicatori	peso	Target 2015
Valore di A, dove A = Numero delle imprese certificate entro l'anno	100%	10

Obiettivo operativo 11.3 – Sviluppo del personale dell'EOS

L'obiettivo prevede il mantenimento dell'efficienza nello sviluppo del personale dell'EOS.

Prospettiva BSC: Apprendimento e crescita

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Sviluppo del personale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Organizzazione Export Alto Adige – EOS

indicatori	peso	Target 2015
Giornate formative dei dipendenti dell'EOS: Rapporto di A su B %, dove A = numero giornate formative dei dipendenti dell'EOS pianificati e B = numero giornate formative dei dipendente dell'EOS effettivamente svolte	100%	75%

Obiettivo operativo 11.4 – Introduzione e redazione di un piano per il fabbisogno del personale

L'obiettivo prevede l'introduzione e la redazione di un piano per il fabbisogno del personale.

Prospettiva BSC: Apprendimento e crescita

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Sviluppo del personale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione del personale

indicatori	peso	Target 2015
Data entro quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	31.12.2015

Obiettivo operativo 12.1 – Raffronto periodico del preventivo economico con i dati della contabilità analitica (centri di costo)

L'obiettivo prevede il raffronto periodico del preventivo economico con i dati della contabilità analitica (centri di costo) tramite l'elaborazione e l'analisi dei centri di costo dei vari reparti delle aziende speciali.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Equilibrio economico-finanziario dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione Aziende speciali

indicatori	peso	Target 2015
Elaborazioni dei dati della contabilità analitica delle aziende speciali: Valore di A, dove A = numero di elaborazioni dei dati della contabilità analitica (centri di costo) delle aziende speciali	100%	16

Obiettivo operativo 12.2 - Aggiornamento del preventivo economico delle aziende speciali

L'obiettivo prevede l'aggiornamento del preventivo economico delle aziende speciali, tenendo conto di eventuali variazioni durante l'esercizio.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Equilibrio economico-finanziario dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione Aziende speciali

indicatori	peso	Target 2015
Aggiornamenti del preventivo economico delle aziende speciali: Valore di A, dove A = numero di aggiornamenti del preventivo economico delle aziende speciali	100%	2

Obiettivo operativo 12.3 - Mantenimento della percentuale di riscossione del diritto

L'obiettivo è la gestione efficiente del diritto annuale di competenza ed il mantenimento dell'attuale tasso di riscossione del diritto annuo e comunque conservazione di un tasso di riscossione superiore al dato medio nazionale.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Equilibrio economico-finanziario dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Contabilità, bilancio e finanze

indicatori	peso	Target 2015
Tasso di pagamento del diritto annuale: Rapporto A su B %, dove A = valore diritti annuali incassati nell'anno e B = diritto annuale accertato nell'anno	100%	80%

Obiettivo operativo 13.1 - Completamento della rendicontazione dei contributi provinciali

L'obiettivo costringe le aziende speciali al completamento della rendicontazione dei contributi provinciali per un importo corrispondente all'80% del valore complessivo dei contributi concessi dalla Provincia Autonoma entro il 30.06.2015.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione Aziende speciali

indicatori	peso	Target 2015
Data entro quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	30.06.2015

Obiettivo operativo 13.2 – Ottimizzazione dei tempi per l'invio dei solleciti di terzo livello ai clienti delle aziende speciali

L'obiettivo riguarda l'invio del terzo livello di sollecito ai clienti morosi entro 90 giorni dalla data di emissione della fattura.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione Aziende speciali

indicatori	peso	Target 2015
Solleciti di terzo livello inviati ai clienti morosi delle aziende speciali entro 90 giorni: Rapporto A su B %, dove A = numero di solleciti di terzo livello inviati ai clienti morosi delle aziende speciali entro 90 giorni dalla data di emissione della fattura e B = numero complessivo di solleciti di terzo livello inviati ai clienti morosi delle aziende speciali	100%	80%

Obiettivo operativo 13.3 – Riduzione dei costi medi per l'espletamento delle selezioni

L'obiettivo è di ottimizzare il rapporto fra risorse impiegate e domande di partecipazione pervenute.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione del personale

indicatori	peso	Target 2015
Costi diretti selezioni per il reclutamento del personale: Rapporto A su B, dove A = Costi diretti selezioni e B = domande di partecipazione alle selezioni complessive pervenute	100%	<= € 20

Obiettivo operativo 13.4 – Digitalizzazione dei fascicoli mensili dell'ufficio stipendi

L'obiettivo si riferisce alla trasformazione dei fascicoli mensili in fascicoli digitali entro il mese successivo.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Contabilità, bilancio e finanze

indicatori	peso	Target 2015
Digitalizzazione dei fascicoli mensili dell'ufficio stipendi: Valore di A, dove A = Numero delle mensilità (13) nei quali i fascicoli vengono digitalizzati entro il mese successivo	100%	10

Obiettivo operativo 13.5 – Utilizzo ottimale del budget dell'EOS per lo sviluppo dell'internazionalizzazione e del marketing dei prodotti di qualità dell'Alto Adige

L'obiettivo viene attuato attraverso la verifica e la gestione del budget nel campo del management-review trimestrale.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Organizzazione Export Alto Adige – EOS

indicatori	peso	Target 2015
Management-review svolti dall'EOS: Valore di A, dove A = numero dei Management-review	100%	4

Obiettivo operativo 13.6 – Riduzione dei costi medi per l'espletamento delle pratiche relative alla cancellazione di effetti protestati

L'obiettivo è di ottimizzare il rapporto fra risorse impiegate e domande di cancellazione pervenute; si prevede di ridurre i costi relativi al tempo impiegato dal personale addetto all'espletamento delle pratiche di circa il 25%.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Patrimonio, economato e contratti

indicatori	peso	Target 2015
Variazione costo medio diretto per ogni pratica di cancellazione di effetti protestati: Variazione % rispetto allo stato: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, dove A = Costo medio diretto per ogni pratica (costi diretti per lo svolgimento della pratica)	100%	-25%

Obiettivo operativo 13.7 – Riduzione dei costi medi per l'espletamento dell'iter di acquisto di beni e servizi

L'obiettivo prevede l'ottimizzazione del rapporto fra risorse impiegate e richieste d'ordine da evadere; prevede inoltre la riduzione dei costi relativi al tempo impiegato dal diverso personale addetto all'espletamento delle singole fasi della procedura di circa il 15%.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Patrimonio, economato e contratti

indicatori	peso	Target 2015
Variazione dei costi diretti medi per l'espletamento dell'iter di acquisto di beni e servizi : Variazione % rispetto allo stato: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, dove A = Costi diretti medi per lo svolgimento delle pratiche di acquisto di beni e servizi (Costi diretti per lo svolgimento della pratica e B = richieste d'ordine da evadere).	100%	-15%

Obiettivo operativo 13.8 – Implementazione e messa a regime del sistema di valutazione della prestazione organizzativa

Questo obiettivo riguarda l'implementazione e la messa a regime di un sistema di valutazione della prestazione organizzativa, la predisposizione del piano della prestazione organizzativa, la definizione della procedura interna di rilevazione delle misure e la creazione di un sistema di monitoraggio.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione del personale

Indicatori	peso	Target 2015
Data entro quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	31.12.2015

