



Camera di Commercio
Prato



La Relazione sulla Performance 2012

C.C.I.A.A. Prato



Lettera del Segretario Generale

Il 2012 è stato un anno complicato, nel quale si è dovuto fare i conti con l'onda lunga della crisi e con un numero sempre maggiore di imprese in forte difficoltà. Per un territorio come quello pratese fortemente vocato all'export, il rallentamento dei consumi ha avuto un effetto molto potente, con un duro contraccolpo anche sulle famiglie. Alla situazione di crisi si è accompagnata la politica del Governo che ha imposto sempre maggiori restrizioni agli enti locali, diminuendo le risorse disponibili.

Per tenere fede ai propri impegni, a Camera di Commercio di Prato ha cercato di reperire all'esterno le risorse necessarie a mettere in campo azioni concrete (circa 900.000 euro, l'8,29% dei proventi correnti, derivano da contributi di terzi e da proventi per la gestione di servizi) che si sono tradotte in un piano di azioni a sostegno dell'economia del territorio complesso (circa 2,65 milioni di euro pari al 24,38% dei proventi correnti sostanzialmente in linea con quanto rilevato lo scorso anno).

Al contempo, l'impegno dell'ente nel recuperare margini di efficienza e di risorse economiche da destinare al territorio si è tradotto in un contenimento della spesa di struttura di oltre un punto percentuale rispetto allo scorso anno (-5% rispetto al 2009).

Anche l'attività di dematerializzazione, già avviata da alcuni anni, si è ulteriormente sviluppata, grazie anche all'intensificazione dell'uso della PEC non solo nei rapporti con le altre pubbliche amministrazioni, ma anche verso le imprese. Questa modalità è stata infatti utilizzata per la prima volta per l'invio dell'informativa relativa al diritto annuale e per la trasmissione delle notifiche inerenti i procedimenti del Registro delle Imprese. Si è inoltre mantenuto l'impegno al miglioramento dell'efficienza dei processi grazie all'utilizzo delle ICT, sviluppando con risorse esclusivamente interne soluzioni informatiche per la digitalizzazione e semplificazione di alcuni processi e per una definizione più celere dei procedimenti amministrativi.

Un dato su tutti per evidenziare l'impegno per lo snellimento dei procedimenti interni è quello del tempo medio di pagamento delle fatture, che nel 2012 è sceso a 21,62 giorni, concreto segnale di attenzione alle esigenze delle imprese – fornitori dell'ente.

Sul fronte della trasparenza e della integrità, l'ente ha pubblicato tutte le notizie e le informazioni relative all'organizzazione, nonché quelle previste dal Programma triennale per la trasparenza e l'integrità. Nel mese di luglio è stata organizzata la prima Giornata della Trasparenza e creata una casella di posta elettronica dedicata per eventuali segnalazioni e suggerimenti.

Il 2012 è stato anche l'anno del rinnovo del consiglio camerale, con l'inserimento di nuove forze e di nuovi soggetti.

Da segnalare anche - la conclusione dei lavori per la nuova sede camerale, il cui auditorium è stato inaugurato il 23 ottobre 2012 con una mostra dedicata a Enrico Coveri: un personaggio che negli anni Ottanta è stato un pilastro della moda italiana, simbolo dell'"età dell'oro" di Prato e la prosecuzione di iniziative oramai consolidate anche se continuamente oggetto di rinnovamento come Rethinking the Product o il marchio Cardato Regenerated Co2 Neutral.

La Camera continua a "esserci", a lavorare a fianco delle associazioni di categoria a sostegno del sistema delle imprese, nonostante le crescenti difficoltà che incontra nell'operare, per il suo essere Pubblica Amministrazione in questo particolare momento storico.

*Il Segretario Generale
D.ssa Catia Baroncelli*



Presentazione della Relazione

La Relazione sulla Performance, prevista dall'art. 10, comma 1, lettera b), del D. Lgs. n. 150/2009, costituisce lo strumento mediante il quale l'amministrazione illustra a tutti i propri portatori di interesse (*stakeholder*) i risultati ottenuti nel corso dell'anno precedente concludendo in tal modo il ciclo di gestione della performance, iniziato con il relativo Piano.

Più in dettaglio la Relazione evidenzia a consuntivo i risultati ottenuti rispetto ai singoli obiettivi programmati ed alle risorse disponibili, rilevando e motivando gli eventuali scostamenti registrati in corso d'anno.

La funzione di comunicazione verso l'esterno è riaffermata anche dall'art. 11, commi 6 ed 8, del decreto, che prevede rispettivamente la presentazione della Relazione alle associazioni dei consumatori o utenti, ai centri di ricerca ed ad ogni altro osservatore qualificato, nell'ambito di apposite giornate della trasparenza nonché la pubblicazione della stessa sul sito istituzionale nella sezione Trasparenza, valutazione e merito.



- Presentazione della Relazione ▶
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder ▶
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti ▶
- Risorse, efficienza ed economicità ▶
- Pari Opportunità e bilancio di genere ▶
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance ▶
- Allegati tecnici



Presentazione della Relazione

La funzione della Relazione è quella di garantire la trasparenza e l'intelligibilità dell'operato dell'Ente nei confronti dei propri interlocutori (imprese, associazioni, altre PA, utenti e lavoratori dipendenti) e quindi, in definitiva, la possibilità da parte di questi di valutarne l'attività in termini di efficacia, di efficienza, qualità e coerenza rispetto ai valori. Di seguito si riporta un elenco sintetico dei principali portatori di interesse della Camera di Commercio.

- IM** *le imprese, principali destinatarie dei servizi erogati*
- CO** *i consumatori, destinatari di particolari tipologie di servizi, quali quelle di regolazione del mercato e di tutela del consumatore*
- LP** *i liberi professionisti, destinatari di servizi in quanto intermediari rispetto al mondo delle imprese*
- AC** *le associazioni di categoria, quali rappresentanti del sistema imprenditoriale, anche all'interno degli organi di governo*
- PR** *gli ordini professionali, con i quali la Camera di Commercio intrattiene politiche di dialogo, in quanto espressione di interessi particolari*
- PA** *la pubblica amministrazione, con cui la Camera di Commercio collabora per la promozione del sistema economico locale*
- OP** *gli organismi partecipati, che, in collaborazione con l'Ente, realizzano politiche a favore delle categorie economiche*
- SC** *il sistema camerale, costituito dalle altre Camere di Commercio, dagli organismi di coordinamento (Unione Regionale delle Camere di Commercio ed Unione Nazionale delle Camere di Commercio) e dagli organismi che compongono la rete camerale (Centri per il commercio estero, aziende speciali, ecc.)*

- Presentazione della Relazione
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
- Risorse, efficienza ed economicità
- Pari Opportunità e bilancio di genere
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
- Allegati tecnici



Indice

- **1. Sintesi delle informazioni di interesse degli stakeholder**
 - 1.1 L'amministrazione – *Le funzioni istituzionali*
 - 1.2 L'amministrazione - *L'assetto istituzionale ed organizzativo*
 - 1.3 L'amministrazione - *Le relazioni istituzionali*
 - 1.4 L'amministrazione - *Il sistema delle partecipazioni*
 - 1.5 L'amministrazione - *Il portafoglio dei servizi resi*
 - 1.6 L'amministrazione - *Il Valore Aggiunto creato e distribuito*
 - 1.7 L'amministrazione - *La salute finanziaria*
 - 1.8 Il contesto esterno di riferimento - *Lo scenario economico della provincia*
 - 1.9 Il contesto esterno di riferimento - *Il quadro normativo di riferimento*

- **2. Obiettivi, risultati raggiunti e scostamenti**
 - 2.1 Gli ambiti di misurazione
 - 2.2 I risultati raggiunti

- **3. Risorse, efficienza ed economicità**
- **4. La dimensione di genere: pari opportunità e bilancio di genere**
- **5. Il processo di redazione della Relazione sulla Performance 2012**
- **Allegati tecnici: schede obiettivo con dettaglio indicatori**

Presentazione della Relazione	▶
Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder	▶
Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti	▶
Risorse, efficienza ed economicità	▶
Pari Opportunità e bilancio di genere	▶
Il processo di redazione della Relazione sulla Performance	▶
Allegati tecnici	



1. Sintesi delle informazioni di interesse per gli Stakeholder





1.1 L'amministrazione – *Le funzioni istituzionali*

Chi siamo

La Camera di Commercio di Prato (di seguito Camera di Commercio) nasce nel 1992 con il decreto istitutivo della nuova provincia.

La Camera di Commercio è ente di rappresentanza e di autogoverno del sistema delle imprese della circoscrizione territoriale di competenza, ne cura gli interessi generali, ne promuove lo sviluppo valorizzando - secondo il principio di sussidiarietà - l'autonomia e l'attività delle associazioni imprenditoriali, professionali, sindacali, dei consumatori, nonché delle altre formazioni sociali.

La Camera di Commercio svolge funzioni di supporto e di promozione degli interessi generali delle imprese e delle economie locali, nonché, fatte salve le competenze attribuite ad altri soggetti, funzioni nelle materie amministrative ed economiche relative al sistema delle imprese.

Il logo identificativo dell'ente è rappresentato dalla "Porta Mercatale", simbolo di accesso alla città e al suo cuore produttivo ed economico.

L'operato della Camera di Commercio di Prato si ispira ai valori posti dalla Costituzione e dalla legislazione ordinaria a fondamento dell'azione di ogni Amministrazione Pubblica quali:



Presentazione della Relazione



Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder



Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti



Risorse, efficienza ed economicità



Pari Opportunità e bilancio di genere



Il processo di redazione della Relazione sulla Performance



Allegati tecnici





1.1 L'amministrazione – Le funzioni istituzionali

Cosa facciamo

La Camera di Commercio di Prato promuove e tutela lo sviluppo del sistema economico locale sul mercato nazionale ed internazionale, garantendo un dialogo continuo con le imprese e svolgendo i compiti attribuiti dalla legge, ulteriormente ampliati e rafforzati con la riforma introdotta dal Decreto Legislativo 15 febbraio 2010 n. 23.

Il prospetto che segue definisce il perimetro all'interno del quale la Camera può e deve operare, sulla base delle funzioni espressamente attribuitele dalla legge. L'organo di vertice della Camera di Commercio di Prato individua poi la propria *mission*: la ragion d'essere e le modalità con cui l'ente camerale opera in termini di politiche e azioni perseguite per il sistema economico locale.

I compiti e le funzioni

Attività Anagrafico-Certificativa	Attività di Promozione ed Informazione Economica	Attività di Regolazione del Mercato
Tenuta del Registro delle Imprese e del REA	Promozione del territorio e delle economie per l'accesso al credito per le PMI anche attraverso il supporto ai consorzi Fidi	Costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori e utenti
Promozione della semplificazione delle procedure per lo svolgimento di attività economiche	Realizzazione di osservatori dell'economia locale e diffusione dell'informazione economica	Predisposizione di contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e utenti
	Supporto all'internazionalizzazione per la promozione del sistema italiano delle imprese all'estero	Vigilanza e controllo sui prodotti e per la metrologia legale e rilascio dei certificati d'origine delle merci
	Promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico per le imprese, anche attraverso la realizzazione di servizi e di infrastrutture informatiche e telematiche	Promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti
	Cooperazione con le istituzioni scolastiche ed universitarie in materia di alternanza scuola-lavoro e per l'orientamento al lavoro ed alle professioni	Raccolta degli usi e delle consuetudini

Presentazione della Relazione



Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder



Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti



Risorse, efficienza ed economicità



Pari Opportunità e bilancio di genere



Il processo di redazione della Relazione sulla Performance



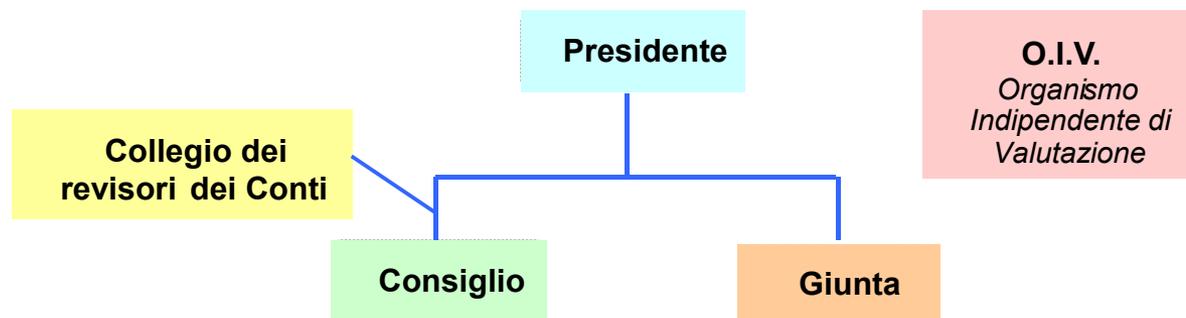
Allegati tecnici





1.2 L'amministrazione – L'assetto istituzionale ed organizzativo

Sono organi della Camera di Commercio di Prato:



Il **Consiglio** è l'organo rappresentativo delle forze produttive del territorio; determina gli indirizzi dell'azione dell'ente e ne verifica l'attuazione. Resta in carica 5 anni. Il Consiglio attualmente in carica si è insediato in data 7 novembre 2012

A tutela delle pari opportunità, dal 2011, lo Statuto camerale prevede che "le organizzazioni imprenditoriali o loro raggruppamenti, cui spetta designare complessivamente più di due rappresentanti, individuano almeno un terzo dei rappresentanti di genere diverso da quello degli altri"

- Presentazione della Relazione ▶
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder ▶
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti ▶
- Risorse, efficienza ed economicità ▶
- Pari Opportunità e bilancio di genere ▶
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance ▶
- Allegati tecnici

Componenti Consiglio	Settore di appartenenza	Componenti Consiglio	Settore di appartenenza
Luca Giusti (Presidente)	<i>Artigianato</i>	Lorenzo Guazzini	<i>Industria</i>
Maurizio Fantini	<i>Agricoltura</i>	Carlo Longo	<i>Industria</i>
Barbara Catani	<i>Artigianato</i>	Dalila Mazzi	<i>Industria</i>
Cinzia Grassi	<i>Artigianato</i>	Angelo Colombo	<i>Organizzazioni sindacali</i>
Anselmo Potenza	<i>Artigianato</i>	Patrizio Raffaello Puggelli	<i>Professionisti</i>
Maricla Aiazzi	<i>Commercio</i>	Ina Calandra	<i>Servizi alle imprese</i>
Stefano Becherucci	<i>Commercio</i>	Marcello Gozzi	<i>Servizi alle imprese</i>
Alessandro Giacomelli	<i>Commercio</i>	Monica Mariotti	<i>Servizi alle imprese</i>
Giuseppe Paolo Noci	<i>Consumatori</i>	Moreno Vignolini	<i>Servizi alle imprese</i>
Paolo Maroso	<i>Cooperazione</i>	Lorenzo Meoni	<i>Trasporti e spedizioni</i>
Luciano Nebbia	<i>Credito e assicurazioni</i>	Canio Molinari	<i>Turismo</i>
Beatrice Castagnoli	<i>Industria</i>		





1.2 L'amministrazione – L'assetto istituzionale ed organizzativo

La **Giunta** è l'organo politico esecutivo della Camera di Commercio. E' eletta in seno al Consiglio e la durata del mandato dei due organi coincide. La Giunta della Camera di Commercio di Prato è composta da sette membri.

Componenti Giunta	Settore di appartenenza
Luca Giusti (Presidente)	<i>Artigianato</i>
Maurizio Fantini	<i>Agricoltura</i>
Cinzia Grassi	<i>Artigianato</i>
Alessandro Giacomelli	<i>Commercio</i>
Lorenzo Guazzini	<i>Industria</i>
Marcello Gozzi	<i>Servizi alle imprese</i>
Canio Molinari	<i>Turismo</i>

Il **Presidente** è l'organo rappresentativo della Camera di Commercio. Dal 7 novembre 2012 Presidente della Camera di Commercio di Prato è **Luca Giusti**.

Il **Collegio dei Revisori dei Conti** è l'organo di controllo della regolarità amministrativo-contabile ed è composto da tre membri designati dal Presidente della Regione, dal Ministro dello Sviluppo Economico e da quello dell'Economia e delle Finanze. Rimane in carica quattro anni.

Componenti Collegio dei Revisori	Ente Designante
Pietro Nicola Principato (Presidente)	<i>Ministero dell'Economia e delle Finanze</i>
Carla De Leoni	<i>Ministero dello Sviluppo Economico</i>
Silvano Nieri	<i>Regione Toscana</i>

Organismo Indipendente di Valutazione (OIV)

Alessandro Ciampalini

Enrico Fazzini

Alberto Toccafondi

L'**Organismo Indipendente di Valutazione**, istituito dal D. Lgs 150/2009 svolge, all'interno di ciascuna amministrazione, un ruolo fondamentale nel processo di misurazione e valutazione delle strutture e dei dirigenti e nell'adempimento degli obblighi di integrità e trasparenza posti alle amministrazioni.



Presentazione della Relazione



Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder



Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti



Risorse, efficienza ed economicità



Pari Opportunità e bilancio di genere



Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

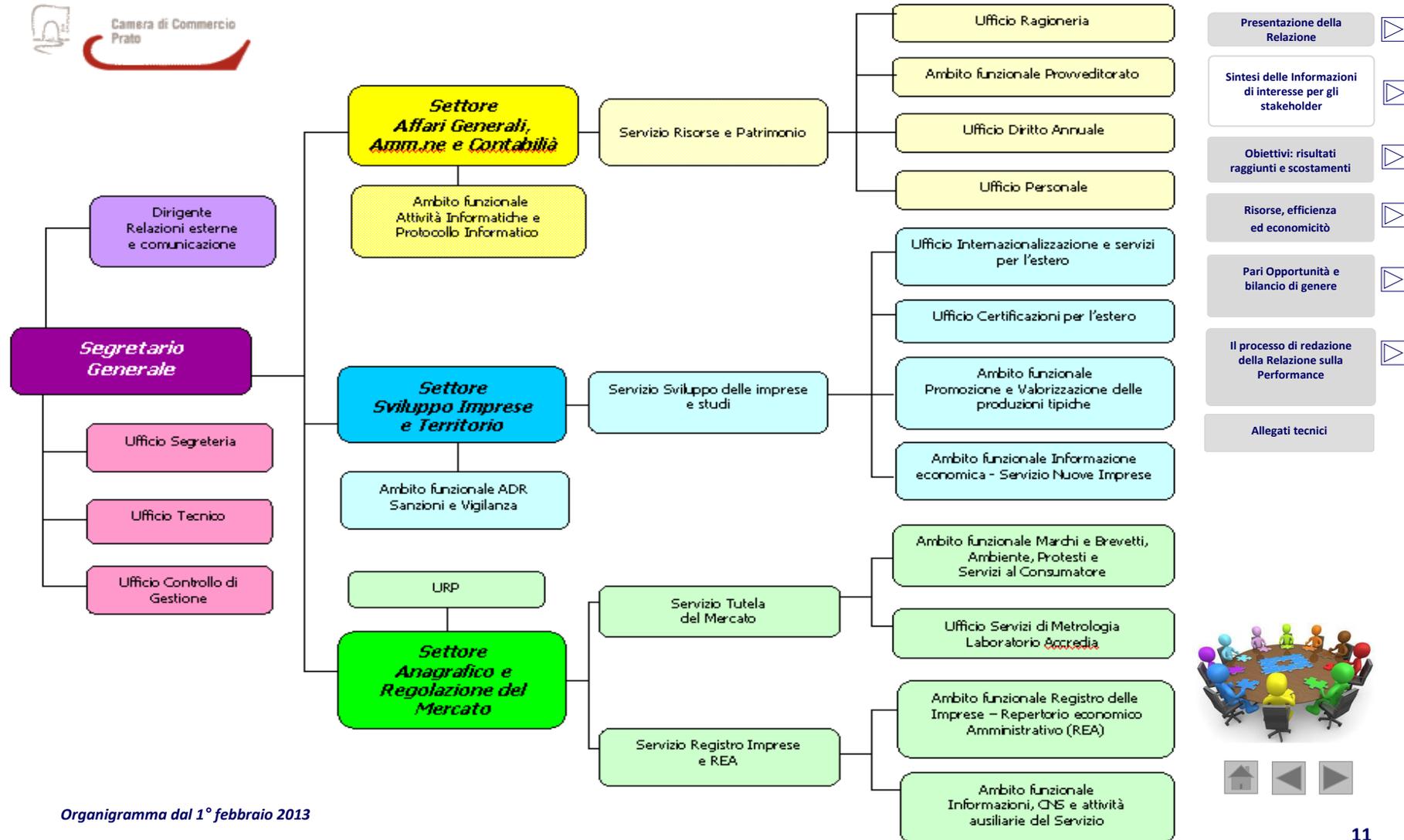


Allegati tecnici





1.2 L'amministrazione – L'assetto istituzionale ed organizzativo





1.2 L'amministrazione – L'assetto istituzionale ed organizzativo

La struttura amministrativa della Camera è guidata dal **Segretario Generale** con le funzioni di titolare di uffici dirigenziali generali, con il compito di coordinare l'attività dell'ente nel suo complesso e la responsabilità della segreteria del Consiglio e della Giunta. Con il D. Lgs. 15 febbraio 2010, n. 23 questa figura è stata ulteriormente qualificata mediante l'introduzione di criteri di maggiore selettività e percorsi di formazione continua. Il Segretario Generale della Camera di Commercio è **Catia Baroncelli**.

Alla **Dirigenza** spetta l'adozione degli atti e dei provvedimenti amministrativi, compresi gli atti che impegnano l'amministrazione verso l'esterno, nonché la gestione finanziaria, la gestione tecnica ed amministrativa mediante autonomi poteri di spesa, di organizzazione delle risorse umane, strumentali e di controllo. I dirigenti sono responsabili in via esclusiva dell'attività amministrativa, della gestione e dei relativi risultati.

Dirigenti	Ambito di attività
Catia Baroncelli - Segretario Generale	<i>Reggente Settore Affari Generali, Amministrazione e Contabilità</i>
Silvia Borri	<i>Settore Anagrafico e Regolazione del mercato</i>
Gianluca Morosi	<i>Settore Sviluppo Imprese e Territorio</i>
Silvia Gambi	<i>Relazioni Esterne e Comunicazione</i>

Le risorse umane

Alla data del **1 gennaio 2013** a fronte di una dotazione organica di complessive 82 unità, la consistenza del personale di ruolo risulta essere di n. **66** unità. Il Segretario Generale, quale figura necessaria prevista dalla legge, è al di fuori della dotazione organica. Di seguito un prospetto dal quale emerge nel dettaglio il grado di copertura della dotazione organica suddivisa per singola categoria di inquadramento contrattuale del personale:

Alla data di predisposizione della presente relazione il personale in servizio risulta inferiore a quello indicato in tabella, a seguito della cessazione di due unità (rispettivamente in data 28 febbraio e 31 marzo 2013).

	Unità dotazione organica	Personale di ruolo al 1.1.2013	Grado di copertura della dotazione organica
Vice Segretari Generali	3	1	33%
D3*	4	2	50%
D1	19	15	79%
C1	40	35	88%
B3	12	9	75%
B1	2	2	100%
A1	2	2	100%
Totale	82	66	80%

* 1 unità svolte attualmente funzioni di dirigente a tempo determinato

- Presentazione della Relazione ▶
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder ▶
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti ▶
- Risorse, efficienza ed economicità ▶
- Pari Opportunità e bilancio di genere ▶
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance ▶
- Allegati tecnici

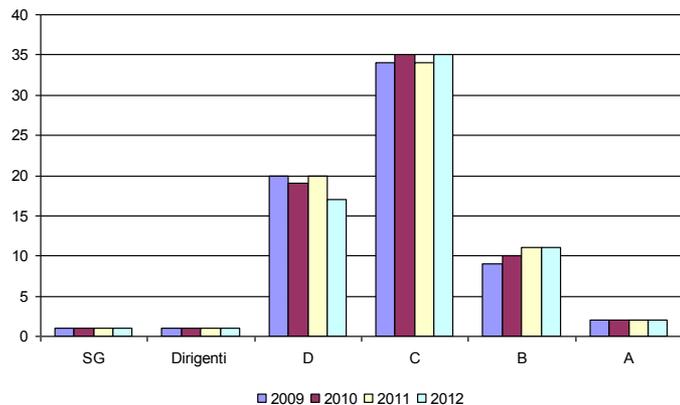




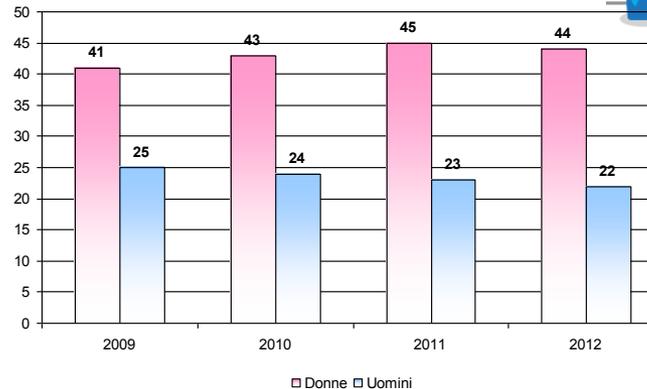
1.2 L'amministrazione – L'assetto istituzionale ed organizzativo

Analogamente a quanto rappresentato nel Piano della Performance 2012, viene riproposto un quadro sintetico degli elementi qualitativi e quantitativi caratterizzanti il personale della Camera di Commercio

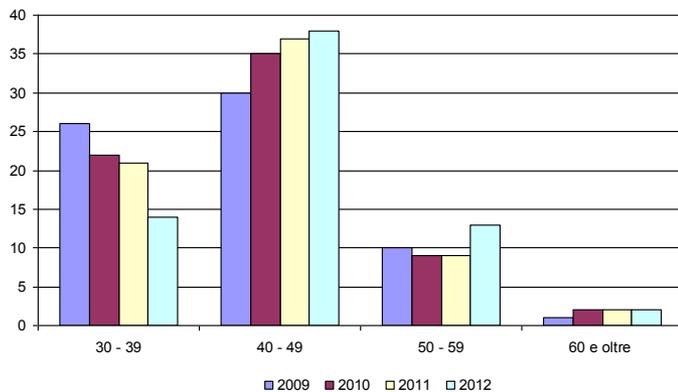
Composizione del personale di ruolo (31.12)



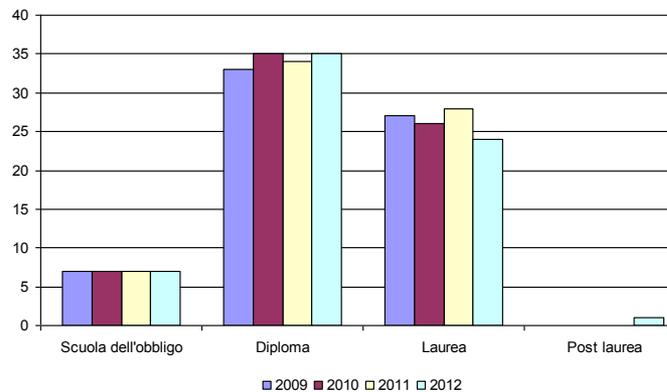
Composizione del personale per genere



Composizione del personale di ruolo per classi di età



Composizione del personale per titolo di studio



Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





1.2 L'amministrazione – L'assetto istituzionale ed organizzativo

Con il termine **benessere organizzativo** si intende comunemente la *capacità dell'organizzazione di promuovere e mantenere il benessere fisico, psicologico e sociale dei lavoratori per tutti i livelli e i ruoli.*



A tal proposito vale la pena ricordare che già nel marzo del 2004 il Dipartimento della Funzione Pubblica emanava la direttiva *“Misure finalizzate al miglioramento del benessere organizzativo nelle pubbliche amministrazioni”* tesa a centrare l'attenzione sulla gestione delle risorse umane all'interno degli enti, individuando quale priorità d'intervento l'adozione di misure finalizzate alla realizzazione del benessere organizzativo. Con tale documento, il Dipartimento ha sottolineato che *“per lo sviluppo e l'efficienza delle amministrazioni, le condizioni emotive dell'ambiente in cui si lavora, l'assistenza di un clima organizzativo che stimoli la creatività e l'apprendimento, l'ergonomia e la sicurezza degli ambienti di lavoro, costituiscono elementi di fondamentale importanza ai fini dello sviluppo e dell'efficienza delle amministrazioni pubbliche”*. Il processo iniziato nel 2004 ha poi avuto una brusca accelerazione grazie all'entrata in vigore del **decreto legislativo n. 150/2009** che, nell'assegnare agli OIV (Organismi Indipendenti di Valutazione) il compito di *“curare annualmente la realizzazione d'indagini sul personale dipendente volte a rilevare il livello di benessere organizzativo e il grado di condivisione del sistema di valutazione”* (art. 14.5), ha prefigurato per le amministrazioni un percorso di miglioramento continuo.

L'indagine sul benessere organizzativo della Camera di Commercio di Prato si colloca all'interno di un processo di monitoraggio sul livello di soddisfazione dei dipendenti camerale già iniziato nel 2005. Si tratta infatti della **terza** rilevazione, realizzata a distanza di tre anni dalla precedente (2009), integralmente progettata e condotta dall'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico della Camera di Commercio di Prato

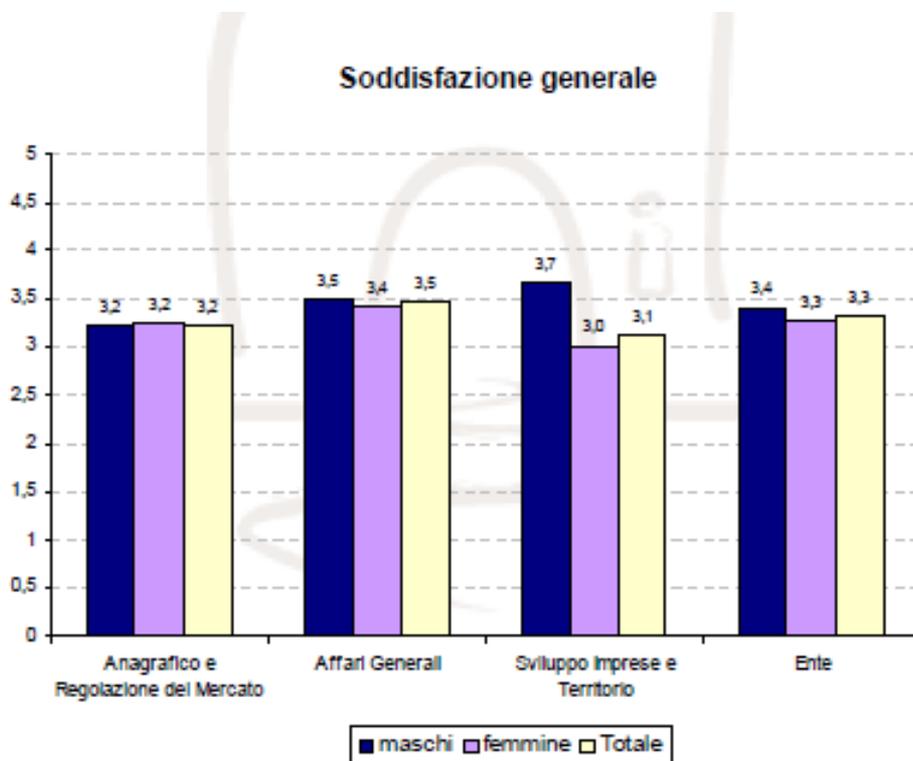
- Presentazione della Relazione ▶
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder ▶
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti ▶
- Risorse, efficienza ed economicità ▶
- Pari Opportunità e bilancio di genere ▶
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance ▶
- Allegati tecnici





1.2 L'amministrazione – L'assetto istituzionale ed organizzativo

Di seguito si riporta una rappresentazione sintetica del livello di soddisfazione medio espresso dai dipendenti camerali nell'ambito delle rilevazioni di benessere organizzativo, dalla quale si evince una valutazione più che sufficiente senza particolari divergenze né in relazione al settore, né in relazione al sesso.



Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

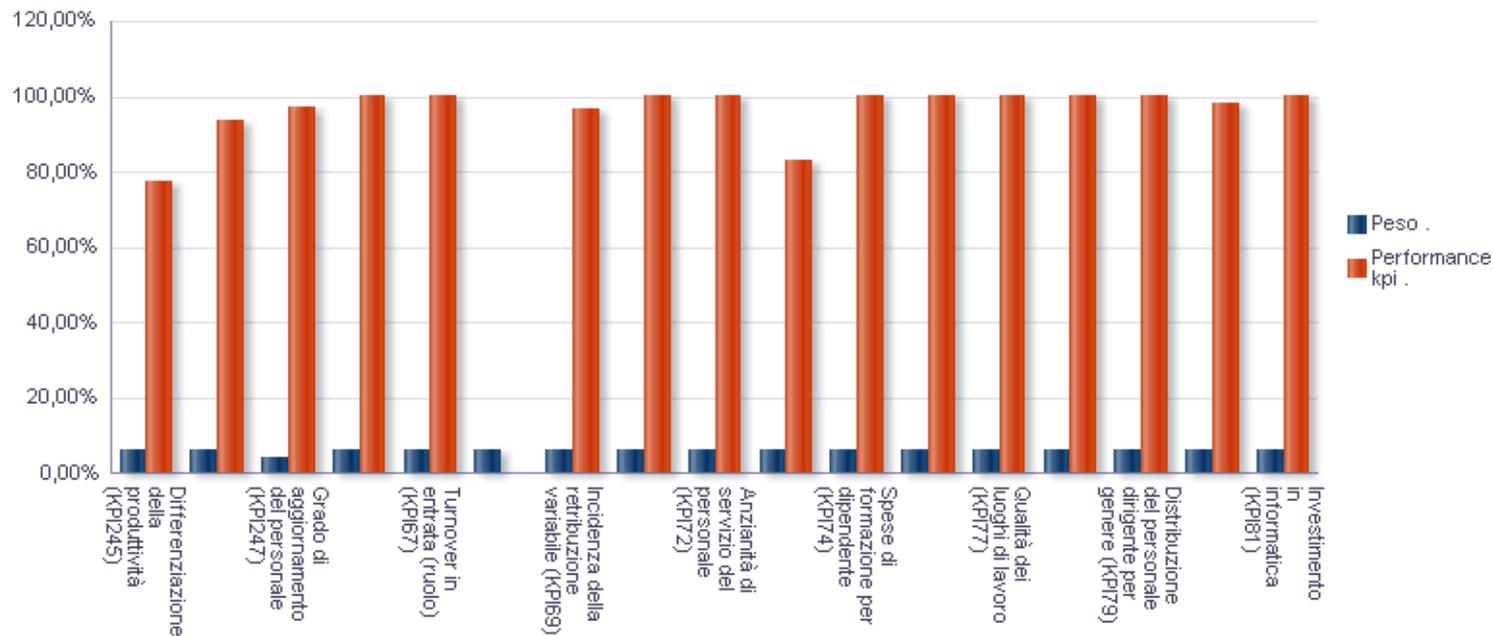
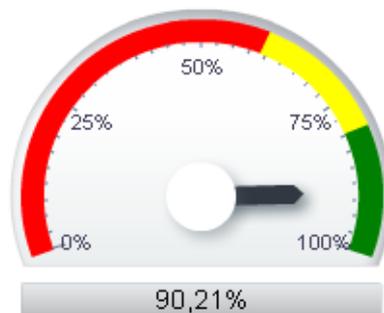
Allegati tecnici





1.2 L'amministrazione – L'assetto istituzionale ed organizzativo

Salute organizzativa (OOT.)



- Presentazione della Relazione
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
- Risorse, efficienza ed economicità
- Pari Opportunità e bilancio di genere
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
- Allegati tecnici

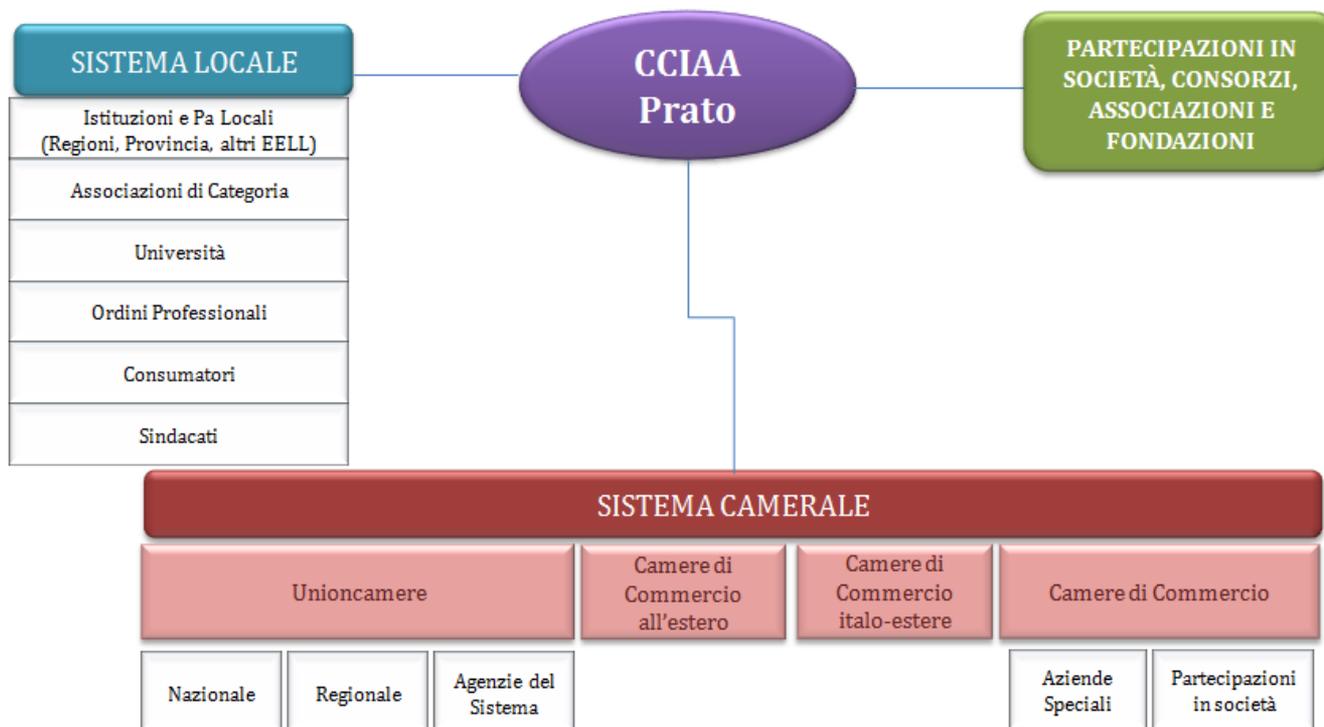




1.3 L'amministrazione – *Le relazioni istituzionali*

Come operiamo

Al fine di elaborare strategie condivise la Camera di Commercio di Prato opera all'interno di una rete di relazioni istituzionali che coinvolgono non solo i soggetti interni al sistema camerale, ma anche gli attori pubblici e privati che agiscono sul territorio.



Presentazione della Relazione



Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder



Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti



Risorse, efficienza ed economicità



Pari Opportunità e bilancio di genere



Il processo di redazione della Relazione sulla Performance



Allegati tecnici





1.3 L'amministrazione – Le relazioni istituzionali

Come operiamo

Anche nel 2013 la Camera di Commercio ha agito per proseguire e consolidare la collaborazione con le altre istituzioni pubbliche del territorio, con le associazioni di categoria e con il sistema territoriale e delle imprese. Le linee di azione a livello locale non possono inoltre essere disgiunte da quelle realizzate a livello nazionale: la Camera di Commercio, infatti, anche se agisce per promuovere le peculiarità del proprio territorio opera anche all'interno del più ampio sistema camerale nazionale.

Iniziativa	Collaborazioni con Camere di Commercio o Aziende Speciali
Opera Italia - show room in Mosca	Camere di Commercio di Brindisi, Cuneo, Pisa, Udine, Matera, Caserta e Massa Carrara; Mondimpresa, Unioncamere e la Camera di Commercio Italo-Russa
Osservatorio Pubblici Locali	CCIAA FI
Osservatorio Anticontraffazione	CCIAA FI
Vigilanza Strumenti Misura MI008	CCIAA FI
Rethinking the product	CCIAA Lucca Pisa Pistoia Terni
FSNI	CCIAA Pisa - Assefi
Convenzione per attuazione compiti in forma associata	CCIAA Toscane - UTC
World Textile Road Show	Metropoli

Iniziativa	Collaborazioni con UTC/Unioncamere/Sistema camerale
Marchio "Ospitalità Italiana".	ISNART
Master INSE	Tagliacarne
Convenzione per l'attuazione del protocollo d'intesa M.I.S.E/Unioncamere relativo al rafforzamento dell'attività di vigilanza e controllo del mercato a tutela dei consumatori.	Unioncamere Nazionale
EXCELSIOR	Unioncamere Nazionale
PI UIC- AGCOM	Unioncamere Nazionale
PI ANIA UIC	Unioncamere Nazionale
Formazione	Unioncamere Toscana
Congiuntura settore Manifatturiero	Unioncamere Toscana
utilizzo rete Desk/Uffici esteri dell'azienda speciale	UTC/CCIAA FI e Metropoli

- Presentazione della Relazione ▶
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder ▶
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti ▶
- Risorse, efficienza ed economicità ▶
- Pari Opportunità e bilancio di genere ▶
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance ▶
- Allegati tecnici





1.3 L'amministrazione – Le relazioni istituzionali

Iniziativa	Collaborazioni con Regione e Agenzie Regionali
Vetrina Toscana	Regione/AACC
4 Prato	Toscana Promozione
Fashion Valley	Toscana Promozione
Progetto "Create"	Toscana Promozione
SPRINT	Toscana Promozione/AACC/Sistema CCIAA TOSCANE
Seminari per l'internazionalizzazione	Toscana Promozione-Unioncamere Toscana

Iniziativa	Collaborazioni con Enti del territorio
Lavori nuova sede - Sistemazione aree esterne	Comune di Prato
Semplificazione e dematerializzazione delle procedure amministrative e creazione area full-digital nella provincia	Enti vari (Prefettura-Provincia-Comuni-Tribunale)
Tavolo territoriale per l'immigrazione	Prefettura di Prato
Assemblea Plenaria Conferenza Permanente	Prefettura di Prato
PI Misure per contrastare illegalità in Esilizia	Prefettura/Provincia e altri
Attivazione PEC	Procura di Prato
Cineporto	Provincia di Prato
Protocollo wifi	Provincia di Prato
Ponte Manetti	Provincia di Prato
Oleum nostrum	Provincia di Prato
PI Prevenzione salute e sicurezza luoghi di lavoro	Provincia/Comuni/altri
Progetti UNRRA - Pratomigranti	Provincia-comune-prefettura
Informatizzazione adempimenti	Tribunale di Prato
Riorganizzazione	Tribunale di Prato
Conv. Utilizzo elenco rilevatori censimento	Comune di Prato

Iniziativa	Collaborazioni con Università
Consulenza gestione sportello condominio	Dip. Scienza della politica e sociologia UNIFI
Corsi di laurea	PIN
Convenzioni Tirocini	UNIFI - UNIBO
Master Europeo Scienze di Lavoro	UNIFI

Iniziativa	Altri soggetti
Servizio di Cassa	CR Firenze
Sportello fidi c/o uffici CCIAA Prato	Fidi Toscana (per affitto locali)
Gestione sportello Condominio c/o CCIAA	FNA-ANACI
Fondo Santo Stefano	Fondaz. Cariprato
Censimenti	ISTAT
Certificazione Vini	TCA

Presentazione della Relazione



Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder



Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti



Risorse, efficienza ed economicità



Pari Opportunità e bilancio di genere



Il processo di redazione della Relazione sulla Performance



Allegati tecnici





1.3 L'amministrazione - Le relazioni istituzionali

La Camera di Commercio fa parte di un'ampia rete istituzionale e condivide con Unioncamere nazionale, Unioncamere Toscana e gli altri organismi del sistema camerale mission, vision e strategie. In questo contesto si inserisce la realizzazione di progetti finanziati dal Fondo Perequativo e presentati sia singolarmente sia a livello regionale.

Il fondo perequativo, costituito presso l'Unioncamere, persegue l'obiettivo di rendere omogeneo su tutto il territorio nazionale l'espletamento delle funzioni amministrative attribuite da leggi dello Stato al sistema camerale attraverso le unioni regionali, favorendo altresì il conseguimento di migliori condizioni economiche e gestionali nelle Camere di Commercio che presentano condizioni di rigidità di bilancio.

Ogni anno il Consiglio di Unioncamere definisce un numero limitato di obiettivi e indirizzi da considerare prioritari nell'assegnazione dei contributi da destinare a:

- a) progetti coerenti con le linee strategiche del sistema camerale;
- b) iniziative di sistema a beneficio delle Camere di commercio.

Di seguito, i progetti della Camera di Prato ammessi a finanziamento a valere sul Fondo Perequativo 2011-2012.

FONDO PEREQUATIVO 2011-2012

PROGETTI PRESENTATI SINGOLARMENTE DALLA CCIAA DI PRATO	Costo riconosciuto	Contributo concesso
Fashion low impact: La filiera moda a basso impatto ambientale	€ 71.150,00	€ 42.690,00
Sportello SOS Impresa	€ 76.900,00	€ 46.140,00
Pane e companatico: Progetto di valorizzazione della bozza pratese	€ 80.000,00	€ 48.000,00

PROGETTI DI RETE	Costo riconosciuto	Contributo concesso
Nuove imprese esportatrici	€ 68.600,00	€ 27.440,00
Servizi integrati delle CCIAA toscane in favore delle imprese della filiera del turismo - Sportelli Turismo	€ 51.876,96	€ 20.750,78

- Presentazione della Relazione 
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder 
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti 
- Risorse, efficienza ed economicità 
- Pari Opportunità e bilancio di genere 
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance 
- Allegati tecnici





1.3 L'amministrazione - *Le relazioni istituzionali*

A valere sull'Accordo Quadro Unioncamere-Ministero dello Sviluppo Economico 2011 sono stati inoltre presentati e ammessi i seguenti progetti.

ACCORDO QUADRO UNIONCAMERE - MINISTERO SVILUPPO ECONOMICO ANNO 2011

PROGETTI DI RETE	Costo riconosciuto	Contributo concesso
Progetto Reti di impresa: Una rete per il centro		
Progetto per la riqualificazione del commercio nel centro storico	€ 72.450,00	€ 28.980,00
Servizi avanzati di IT e Banda Larga Risparmio energetico e trasferimento (con UTC)	€ 59.466,30	€ 30.150,89
Servizi intergati per la nuova imprenditorialità ed il sostegno all'occupazione (con UTC)	€ 63.938,05	€ 32.629,28

A ciò si aggiunge un costante e continuo sistema di rapporti con i soggetti istituzionali del territorio, che sono evidenziati nell'apposita sezione relativa allo **Stato di salute delle Relazioni**. A titolo di esempio, la partecipazione al **Tavolo di Distretto** promosso con la provincia di Prato, la presenza di un proprio rappresentante all'interno del **Consiglio territoriale per l'immigrazione** coordinato dalla Prefettura di Prato

Presentazione della Relazione



Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder



Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti



Risorse, efficienza ed economicità



Pari Opportunità e bilancio di genere



Il processo di redazione della Relazione sulla Performance



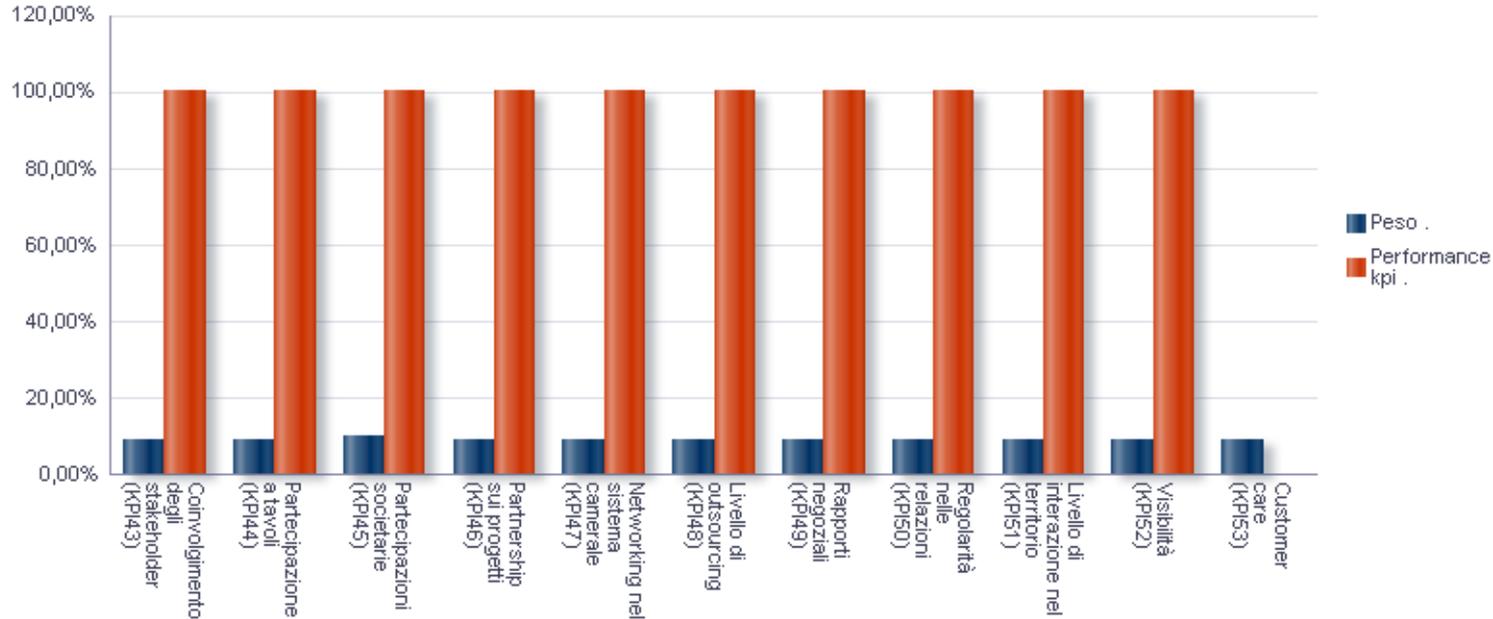
Allegati tecnici





1.3 L'amministrazione – Le relazioni istituzionali

Salute delle relazioni (OOB.)



Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





1.4 L'amministrazione – Il sistema delle partecipazioni

A ciò si aggiungono le partecipazioni acquisite dalla Camera di Commercio di Prato per favorire lo sviluppo delle imprese innovative o ad alto potenziale di crescita, attraverso la costituzione di un Fondo Sviluppo Nuove Imprese. Alla data del 31.12.2012 risultano essere:

ASSOCIAZIONI E FONDAZIONI	
Settore di attività	Denominazione società
Tessile e moda	Centro di Firenze per la Moda Italiana
	Polimoda - Ente per le arti applicate alla moda ed al costume
	Fondazione Muso del Tessuto di Prato
	Unionfiliera
Servizi - formazione	Fondazione Istituto Internazionale di Storia Economica "Datini"
	Isdaci - Istituto per lo studio dell'arbitrato
FONDO SVILUPPO NUOVE IMPRESE	
Settore di attività	Denominazione società
Servizi - Consulenza e supporto per l'innovazione	Master Technology Italia S.r.l.
	Enatek S.r.l.
	Energy Solving S.r.l.

Un altro strumento di intervento, sempre in ambito infrastrutturale, è rappresentato dalla partecipazione al **Fondo Sistema Infrastrutture**, fondo comune di investimento mobiliare riservato ad investitori qualificati, che opera prevalentemente nel settore dello sviluppo e/o gestione di infrastrutture locali, concentrandosi nei settori di prevalente interesse quali ad esempio strade a pedaggio, parcheggi, interporti, sistemi di trasporto locale e regionale, ciclo dei rifiuti, energie rinnovabili

La Camera di Commercio di Prato ha sottoscritto nel dicembre 2008 una quota di € 2.500.000, con un impegno della durata di almeno 5 anni.

Al 31.12.2012 sono state richiamate quote per un importo di € 577.174, comprensivo di spese di gestione.

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





1.4 L'amministrazione – Il sistema delle partecipazioni

Le disposizioni di legge in materia di Camere di Commercio attribuiscono agli enti camerali la possibilità di perseguire i propri fini istituzionali anche mediante la partecipazione in società, imprese ed enti.

Al 31.12.2012 le partecipazioni possedute dalla Camera di Commercio di Prato sono le seguenti.

SOCIETA' PARTECIPATE	
Settore di attività	Denominazione società
<i>Infrastrutture aeroportuali</i>	Aeroporto di Firenze S.p.a.
	Interporto della Toscana Centrale S.p.a.
<i>Infrastrutture stradali, per la portualità, centri intermodali e trasporti ferroviari</i>	Interporto Services Prato S.r.l.
	SIT Società Infrastrutture Toscane S.p.a.
	Logistica Toscana S.c.a.r.l.
<i>Infrastrutture altre</i>	IS.NA.R.T.
	Start S.r.l.
<i>Marketing territoriale</i>	Firenze Fiera S.p.a.
	Toscana Certificazione Alimentare
<i>Servizi - Consulenza e supporto per l'innovazione</i>	DINTEC - Cons. per l'innovazione tecnologica
<i>Servizi - Formazione</i>	Mondimpresa
	PIN S.c.a.r.l.

SOCIETA' DEL SISTEMA CAMERALE	
Settore di attività	Denominazione società
<i>Servizi - Consulenza e supporto per l'innovazione</i>	Infocamere S.c.p.a.
	Tecnoservicecamere S.c.p.a.
	Retecamere S.c.r.l.
	Ic Outsourcing S.c.r.l.
	JOB CAMERE S.c.r.l.
<i>Servizi - Finanza e credito</i>	Consorzio Camerale per il credito e la finanza
	BMTI Borsa Merci Telematica Italiana S.c.p.a.
<i>Infrastrutture altre</i>	Tecno Holding S.p.a.
	UTC Immobiliare e servizi S.c.r.l.
<i>Servizi - Formazione</i>	Universitas Mercatorum S.c.a.r.l.

Presentazione della
Relazione

Sintesi delle Informazioni
di interesse per gli
stakeholder

Obiettivi: risultati
raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza
ed economicità

Pari Opportunità e
bilancio di genere

Il processo di redazione
della Relazione sulla
Performance

Allegati tecnici





1.5 L'amministrazione – Il portafoglio dei servizi resi

	Categorie stakeholder	Sistema economico-produttivo			Sistema dei rapporti istituzionali				
		Imprese	Liberi professionisti	Cittadini e consumatori	Associazioni di categoria	Ordini professionali	Pubblica Amministrazione	Sistema camerale	Organismi partecipati
Servizi/Attività									
Amministrativi di tipo anagrafico-certificativo	Registro delle Imprese	x	x	x	x	x	x	x	
	Albi e Ruoli	x	x	x	x	x	x	x	
	Firma digitale e PEC	x	x	x	x	x	x	x	
	Agricoltura	x	x	x	x		x		
	Ambiente	x	x	x			x	x	
Regolazione del mercato	Elenco protesti cambiali	x	x	x	x	x	x		
	Arbitrato e conciliazione	x	x	x	x	x	x		x
	Tutela proprietà industriale	x	x	x	x				
	Metrologia legale	x		x			x		
	Raccolta usi e consuetudini	x	x	x	x	x			
	Attività ispettiva e sanzionatoria	x		x					
	Controllo sulle clausole inique e predisposizione di contratti-tipo	x	x	x	x	x			
	Sportello Condominio	x		x					
Sportello Consumatori			x	x		x			
Promozione del sistema economico locale	Comunicazione e informazione	x	x	x	x	x	x	x	x
	Internazionalizzazione	x			x	x	x	x	
	Valorizzazione del distretto e delle produzioni tipiche	x		x	x		x	x	x
	Innovazione, Ricerca e Trasferimento tecnologico	x	x		x	x	x	x	x
	Marketing territoriale	x		x	x		x		x
	Sostegno all'imprenditoria	x	x	x	x	x	x	x	x
	Credito	x	x		x	x	x	x	
	Infrastrutture	x	x	x	x	x	x		x
Studi economici	x	x	x	x	x	x	x		

Presentazione della Relazione 

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder 

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti 

Risorse, efficienza ed economicità 

Pari Opportunità e bilancio di genere 

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance 

Allegati tecnici



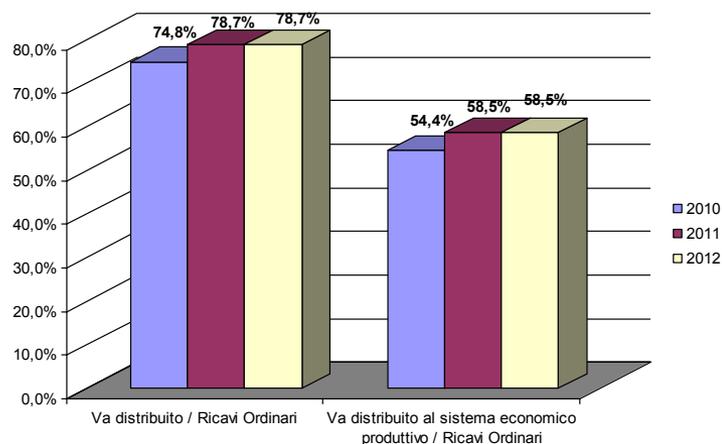


1.6 L'amministrazione – Il Valore Aggiunto creato e distribuito

Determinazione del Valore Aggiunto Globale Lordo CCIAA	
	VA 2012
Valore della produzione	8.778.716,64
<i>Ricavi da Diritto annuale</i>	6.091.844,24
<i>Ricavi da Diritti di segreteria</i>	1.790.494,76
<i>Contributi trasferimenti e altre entrate</i>	644.171,37
<i>Proventi da gestione di beni e servizi</i>	257.794,29
<i>Variazione delle rimanenze</i>	- 5.588,02
Costi di struttura	2.057.075,49
<i>Costi del personale (funzioni istituzionali a e b)</i>	1.463.465,75
<i>Costi di funzionamento (funzioni istituzionali a e b)</i>	514.065,32
Valore Aggiunto Caratteristico Lordo	6.721.641,15
Componenti accessori e straordinari	
+/- Saldo gestione accessoria	159.743,00
<i>Ricavi accessori (rivalutazioni di attività finanziarie, proventi da partecipazioni, altri proventi finanziari, altri ricavi e proventi)</i>	198.730,00
<i>Costi accessori (svalutazioni di attività finanziarie)</i>	38.987,00
+/- Saldo componenti straordinari	432.890,00
<i>Ricavi straordinari</i>	543.104,00
<i>Costi straordinari</i>	110.214,00
Valore Aggiunto Globale Lordo	7.314.274

La Camera di Commercio come soggetto economico gestisce le risorse di cui dispone per creare valore e distribuirlo al tessuto economico attraverso l'erogazione dei propri servizi e la gestione delle attività ordinarie e straordinarie

Distribuzione del Valore Aggiunto Globale Lordo CCIAA	
	VA
Sistema economico produttivo	5.431.034,21
<i>Servizi anagrafico-certificativi</i>	1.487.469,54
<i>Servizi di regolazione del mercato e tutela del consumatore</i>	495.565,32
<i>Servizi di promozione e sviluppo dell'economia</i>	3.447.999,35
Camera di Commercio	649.794,53
Sistema camerale	797.799,44
<i>Quote associative</i>	797.799,44
Pubblica Amministrazione	435.646,04
<i>Oneri fiscali</i>	435.646,04
Valore Aggiunto Globale Lordo	7.314.274



- [Presentazione della Relazione](#)
- [Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder](#)
- [Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti](#)
- [Risorse, efficienza ed economicità](#)
- [Pari Opportunità e bilancio di genere](#)
- [Il processo di redazione della Relazione sulla Performance](#)
- [Allegati tecnici](#)

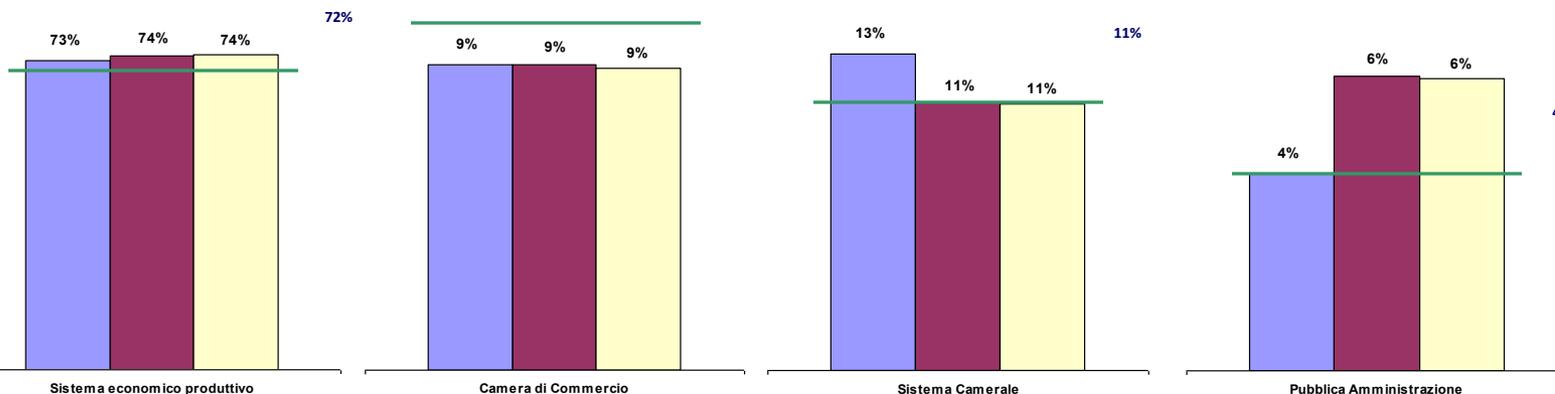




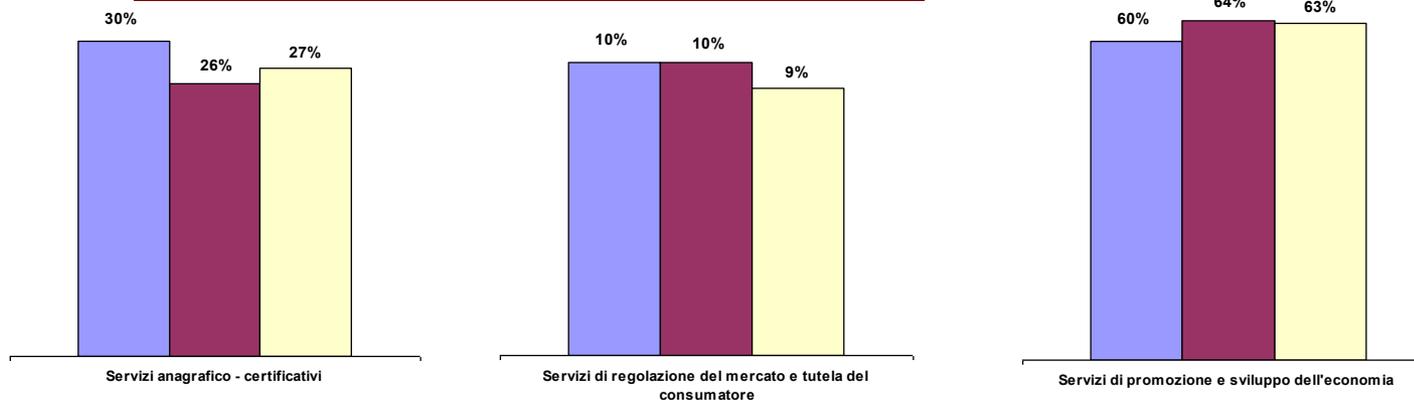
1.6 L'amministrazione – Il Valore Aggiunto creato e distribuito

Distribuzione % del Valore Aggiunto agli Stakeholder

■ 2010 ■ 2011 ■ 2012 — Media Toscana 2011



Distribuzione % del Valore Aggiunto al Sistema Economico Produttivo



Valore Aggiunto Distribuito per impresa attiva

Media
Toscana
Anno 2011
€ 174

Anno 2012

€ 187

Anno 2011

€ 182



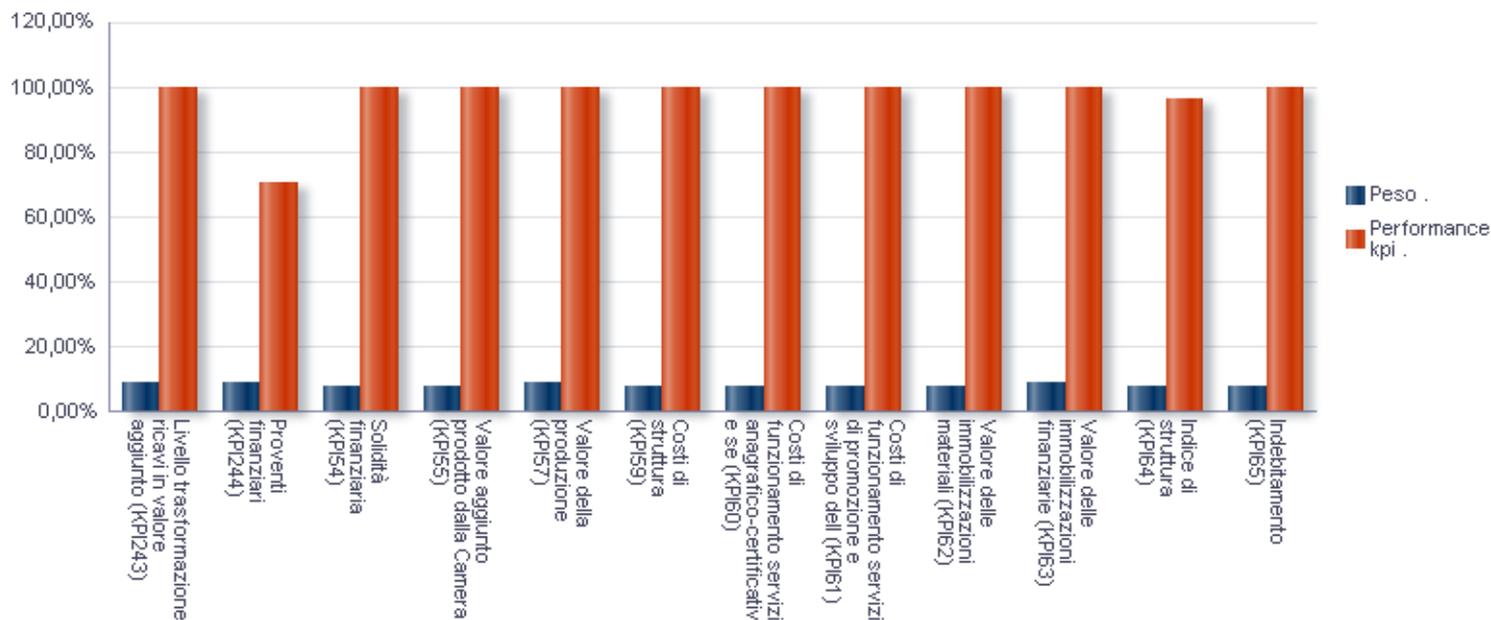
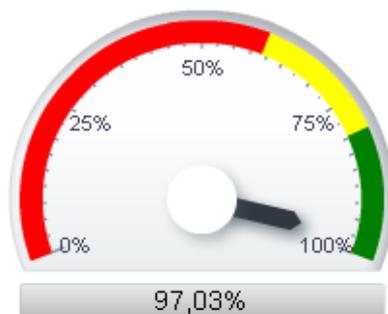
- [Presentazione della Relazione](#)
- [Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder](#)
- [Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti](#)
- [Risorse, efficienza ed economicità](#)
- [Pari Opportunità e bilancio di genere](#)
- [Il processo di redazione della Relazione sulla Performance](#)
- [Allegati tecnici](#)





1.7 L'amministrazione – La salute finanziaria

Salute finanziaria (COE.)



Presentazione della Relazione



Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder



Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti



Risorse, efficienza ed economicità



Pari Opportunità e bilancio di genere



Il processo di redazione della Relazione sulla Performance



Allegati tecnici





1.8 Il Contesto esterno di riferimento – Lo scenario economico della provincia

La Camera di Commercio elabora periodicamente analisi economiche di tipo congiunturale, allo scopo di fornire una base di informazioni il più possibile chiara del contesto esterno ed interno in cui l'Ente opera, nonché dei principali trend evolutivi che possono impattare sulle sue attività istituzionali. Per l'analisi completa della situazione internazionale, nazionale e provinciale si rimanda alla lettura della RPP, in allegato.

PROVINCIA DI PRATO: Indicatori congiunturali nell'industria manifatturiera

Variazioni tendenziali annue - 2011/12

	2011	2012	
	anno	I° trim.	II° trim.
Produzione	1,1	-8,7	-9,6
Fatturato	1,7	-8,8	-9,7
Ordini	1,4	-9,5	-7,6
Export manifatt.	5,2	3,1	0,5
Addetti ^(*)	0,4	0,7	1,7
Utilizzo impianti ^(**)	78,2	73,1	78,4

(*) variazione % su trimestre precedente

(**) in percentuale sulla capacità produttiva massima

Elab. su dati UTC- Confindustria Toscana

Osservatorio congiunturale sull'industria manifatturiera

ISTAT - CoeWeb

La situazione congiunturale a Prato

L'aggravarsi della crisi nel corso del 2012 vede al centro le notevoli difficoltà incontrate dal sistema produttivo. L'attuale profilo recessivo dell'economia italiana trova così un evidente riscontro nell'andamento della produzione industriale, che mostra una tendenza negativa da ben quattro trimestri consecutivi. Infatti, il consuntivo del periodo aprile-giugno mostra un trend in netto peggioramento sia a livello nazionale (-7,9%) che regionale (-4,9%)¹⁰. Inoltre, guardando alla dimensione della crisi stessa in termini di *output gap*, occorre

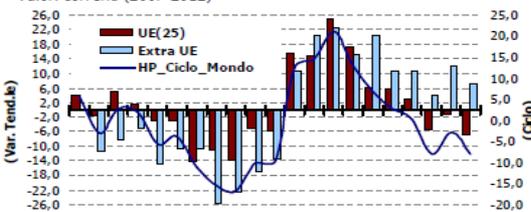
evidenziare che, a seconda dei settori, il sistema industriale ha perso (rispetto ai livelli pre-crisi) circa 20-30 punti percentuali, mettendo così in seria discussione la tenuta stessa d'interi comparti produttivi.

Coerentemente con la situazione generale anche a Prato si sconta una situazione assai critica con livelli produttivi che hanno toccato un nuovo punto di minimo dopo quello registrato nel 2009. A

giugno del 2012 la produzione industriale della Provincia si attesta al -9,6%, cui si somma un fatturato anch'esso in netta flessione (-9,7%). Il tunnel della crisi non sembra quindi essere finito e l'attuale profilo assunto dalla congiuntura industriale ne è un'evidente testimonianza; scendendo nel dettaglio, la produzione nel settore tessile flette del -11,8% nel secondo trimestre dell'anno dopo aver registrato un calo del -9,6% tra gennaio e marzo. Per gli altri settori industriali della provincia si registra una contrazione mediamente più contenuta rispetto al 2011 (-6,1% e -7,8% rispettivamente le variazioni tendenziali del comparto abbigliamento e della meccanica nel corso del primo semestre 2012), ma è fuori di dubbio che anch'essi contribuiscono a peggiorare un quadro complessivo della situazione di per sé già molto critico. L'ulteriore peggioramento del ciclo

PROVINCIA DI PRATO: Variazione tendenziale delle esportazioni e componente ciclica

Valori correnti (2007-2012)



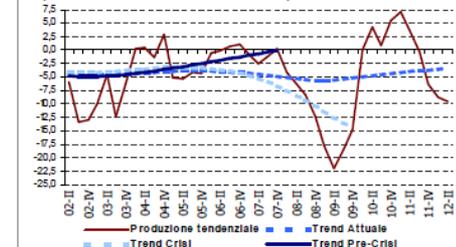
(*) La componente ciclica è calcolata con il filtro di Hodrick-Prescott (1997)

Elaborazioni su dati ISTAT (2012)

economico trova una delle sue spiegazioni, oltre che nelle ormai croniche difficoltà riconducibili al mercato interno, nella decelerazione del ritmo degli scambi internazionali e nel conseguente

PROVINCIA DI PRATO: Andamento della produzione nell'industria manifatturiera

(Var. Tend. l. annue e trend - 2002-2012)



(*) Il trend è calcolato utilizzando il filtro di Hodrick-Prescott (1997)

Elab. su dati UTC - Osservatorio congiunt. industria manifatturiera (2012)

sensibile calo delle vendite all'estero: -2,9% la variazione tendenziale dell'*export* del sistema manifatturiero pratese nel periodo gennaio-settembre 2012. Dal punto di vista strettamente ciclico l'*export* provinciale si presenta così in territorio negativo ormai da alcuni trimestri ed evidenzia segnali di ulteriore indebolimento a partire dalla scorsa primavera. L'andamento delle vendite è peggiorato soprattutto sui tradizionali mercati dell'Euro-zona anche per effetto della crisi dei paesi della "periferia" europea (Portogallo, Irlanda, Grecia e

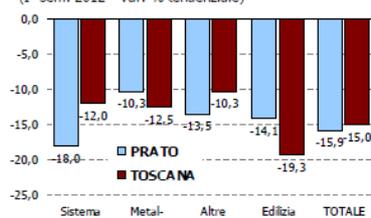
Spagna).

Guardando al trend di sviluppo di medio-lungo periodo, la nuova ricaduta che ha colpito l'economia pratese tra la fine del 2011 e l'inizio del 2012, sembra riflettersi in una ulteriore "compressione" delle potenzialità di crescita del sistema produttivo locale e sta provocando una sorta di "assettamento al ribasso" dei livelli medi di produzione industriale¹¹.

La situazione appare molto critica anche per quanto riguarda il comparto artigiano per il quale, a livello aggregato, si registra una flessione tendenziale del fatturato pari al -15,9% (gen.-giu. 2012). Circa il 65% delle imprese artigiane ha denunciato crescenti difficoltà nel difendere i livelli produttivi e i dati riferiti al primo semestre 2012 sono negativi per tutti i settori del comparto. Oltre alla persistente crisi del mondo delle costruzioni, un ulteriore netto deterioramento delle condizioni generali si è abbattuto sull'artigianato manifatturiero che, sempre in termini di fatturato, presenta il peggior risultato a livello regionale¹². Pessimo l'andamento complessivo del sistema moda pratese, per il quale la flessione riscontrata sul versante del fatturato è quantificabile nell'ordine del 18%¹³.

Andamento del fatturato nel comparto artigiano per settore

(I° sem. 2012 - Var. % tendenziale)



Elaborazioni su dati O.R.T.A. (2012)

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economici

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici



¹⁰ In effetti tanto a livello nazionale che regionale nel corso della prima parte del 2012 si registra un netto deterioramento del quadro congiunturale, con variazioni negative dei livelli medi di produzione industriale sia nel primo che nel secondo trimestre 2012: cfr. Confindustria Toscana, Confindustria Toscana, *La congiuntura manifatturiera in Toscana. Consuntivo II trimestre 2012 - Aspettative III trimestre 2012*, Firenze, novembre 2012.

¹¹ Il fatto che il sistema industriale della provincia si stia probabilmente stabilizzando attorno a orbite produttive relativamente più basse sembra sostanzialmente confermato dalle informazioni relative al grado di utilizzo degli impianti. Il valore riscontrato a giugno (78,4%) si mantiene in effetti su valori ancora piuttosto elevati e in apparente contrasto con la contrazione che si registra dal lato dei volumi di produzione.

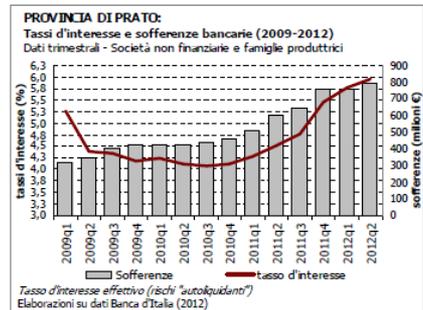
¹² Cfr. Confindustria Toscana, *La congiuntura dell'artigianato in Toscana. Consuntivo I semestre 2012 - Previsioni II semestre 2012*, Ufficio Studi, "Note e approfondimenti 2012-24", novembre 2012.

¹³ Anche le informazioni desunte dai dati di contabilità delle imprese artigiane della Toscana evidenziano il materializzarsi di un nuovo peggioramento del quadro congiunturale. A livello locale, la flessione del manifatturiero artigiano pratese è appunto determinata dal



1.8 Il Contesto esterno di riferimento – Lo scenario economico della provincia

Tanto nell'industria, quanto nell'artigianato, il profilo assunto da questa nuova involuzione negativa del ciclo finisce col deprimere un *sentiment* degli operatori già duramente provato. Indicazioni tutt'altro che confortanti provengono dal versante dell'andamento dei portafogli ordini la cui consistenza appare assai deteriorata e non lascia al momento intravedere segnali di una imminente e significativa ripresa. Le aspettative degli operatori risultano generalmente improntate ad un mercato pessimismo con riferimento tanto alla domanda estera quanto soprattutto alla domanda interna. In questo quadro di molte ombre e pochissime luci, le previsioni per la chiusura del 2012 sono così orientate al segno "n" sia per l'artigianato che per il comparto industriale, al cui interno oltre il 30% delle imprese si attende una produzione complessivamente in calo rispetto al 2011¹⁴.



Come più volte accennato in precedenza, l'attuale profilo assunto dalla situazione economica della provincia s'inserisce in uno scenario di difficoltà assai più ampio. Sulle prospettive per l'economia italiana gravano, oltre ai numerosi ostacoli di natura congiunturale, le molte (e purtroppo assai note) questioni che vanno dalle fragilità strutturali del nostro "sistema paese" alle recenti, pesanti ricadute delle politiche economiche del governo. In effetti, le principali preoccupazioni segnalate dagli operatori economici locali vanno al di là delle contingenti problematiche di mercato (tra cui la forte concorrenza dei paesi *low cost*) e riguardano, invece, aspetti gestionali direttamente connessi alla difesa dei margini operativi e, di conseguenza, di livelli accettabili di autofinanziamento e liquidità. E' così che fra i problemi più gravi sono segnalati il costo dell'energia e il persistere del *credit crunch* sull'economia "reale". Sotto quest'ultimo aspetto è da segnalare come il livello effettivo dei tassi d'interesse applicati al sistema produttivo sia tornato a crescere, soprattutto a partire dalla fine del 2011. Se ciò è vero in generale, a Prato i tassi d'interesse applicati alle imprese (5,96%; dati medi 2012, giugno - fonte: Banca d'Italia, dicembre 2012) risultano più elevati rispetto alla media nazionale, incorporando quindi una sorta di maggiore "premio al rischio" richiesto dal sistema del credito. D'altro canto, gli istituti di credito hanno subito un progressivo deterioramento della qualità degli attivi di bilancio, che sono stati fortemente penalizzati dall'incremento delle sofferenze a carico del sistema produttivo.

cattivo andamento del settore tessile-abbigliamento che lascia sul terreno oltre 30milioni di euro rispetto al 2011; cf. ONA Toscana, "Si arresta la caduta dell'artigianato toscano ma è ancora crisi", Comunicato stampa, 27 novembre 2012.

¹⁴ D'altro canto, recenti rilevazioni sugli indicatori indiretti della produzione (es. ore lavorate, consumi di energia) condotte a livello provinciale denotano un netto calo dei volumi lavorati nel corso del terzo trimestre 2012 (cf. CCIAA Prato-UIP Confindustria Prato, *La congiuntura a Prato*, n. 36, novembre 2012).

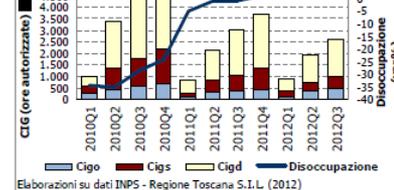
Il mercato del lavoro e i consumi

Nonostante il classico *lag* temporale che solitamente intercorre tra andamento della produzione e ricadute sui livelli occupazionali, il persistere di un quadro congiunturale sfavorevole sta progressivamente deteriorando anche le condizioni generali del mercato del lavoro. Tanto a livello nazionale quanto in sede locale il ricattizzarsi della crisi nel corso del 2012 sta ormai penalizzando pesantemente il fattore-lavoro che risulta in forte sofferenza sia dal lato dell'offerta che dal lato della domanda.

Guardando alla domanda, si registra un calo dei flussi di avviamenti al lavoro nel corso della prima parte dell'anno (-4,6%, la variazione tendenziale rispetto al primo semestre 2011). Le difficoltà che affliggono il sistema produttivo della provincia, stretto fra una critica e incerta situazione di mercato e condizioni finanziarie piuttosto fragili, finiscono infatti con l'indurre comportamenti prudenti e avversi al rischio da parte delle imprese e l'unica componente della

domanda di lavoro che mostra un qualche segnale di vivacità è quella riferita all'attivazione di forme contrattuali "flessibili"¹⁵ (+1,8%, la variazione tendenziale nel primo semestre 2012).

Questo stato di fatto, peraltro, non è una novità: a partire dalla fine del 2008, i dati evidenziano appunto la sensibile crescita del numero di contratti atipici e collaborazioni a progetto, che risultano in (complesso) in aumento di circa 17 punti percentuali (in rapporto allo *stock* di iscritti allo stato di disoccupazione). Dal lato dell'offerta di lavoro, invece, si evidenzia un netto incremento del numero d'iscrizioni allo "stato di disoccupazione": +8,8% la variazione tendenziale a marzo 2012. In un contesto dove i livelli occupazionali, malgrado le numerosissime difficoltà di cui abbiamo parlato, sembrano comunque sostanzialmente "tenere", l'incremento del tasso di disoccupazione potrebbe, se non in tutto, almeno in parte, essere il risultato di un progressivo aumento del tasso di partecipazione al mercato del lavoro. In effetti, in questa lunga fase recessiva, caratterizzata da una sensibile erosione dei redditi disponibili, il tendenziale aumento della forza lavoro è un fenomeno che risulta già piuttosto evidente a livello nazionale¹⁶ e qualche primo segnale comincia ad essere registrato anche dalle fonti ufficiali riferite alle ripartizioni territoriali e locali. Questa



Questo stato di fatto, peraltro, non è una novità: a partire dalla fine del 2008, i dati evidenziano appunto la sensibile crescita del numero di contratti atipici e collaborazioni a progetto, che risultano in (complesso) in aumento di circa 17 punti percentuali (in rapporto allo *stock* di iscritti allo stato di disoccupazione). Dal lato dell'offerta di lavoro, invece, si evidenzia un netto incremento del numero d'iscrizioni allo "stato di disoccupazione": +8,8% la variazione tendenziale a marzo 2012. In un contesto dove i livelli occupazionali, malgrado le numerosissime difficoltà di cui abbiamo parlato, sembrano comunque sostanzialmente "tenere", l'incremento del tasso di disoccupazione potrebbe, se non in tutto, almeno in parte, essere il risultato di un progressivo aumento del tasso di partecipazione al mercato del lavoro. In effetti, in questa lunga fase recessiva, caratterizzata da una sensibile erosione dei redditi disponibili, il tendenziale aumento della forza lavoro è un fenomeno che risulta già piuttosto evidente a livello nazionale¹⁶ e qualche primo segnale comincia ad essere registrato anche dalle fonti ufficiali riferite alle ripartizioni territoriali e locali. Questa

¹⁵ In questa sede per contratti "flessibili" si fa riferimento ai contratti di somministrazione, lavoro intermittente e occasionale, nonché ai contratti di collaborazione a progetto (base informativa: Osservatorio regionale sul mercato del lavoro - Regione Toscana).

¹⁶ REF Ricerche, *Recessione anche nel 2012*, *Congiuntura ref. - Previsioni*, n. XX, n. 18, 31 ottobre 2012.

- Presentazione della Relazione 
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder 
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti 
- Risorse, efficienza ed economicità 
- Pari Opportunità e bilancio di genere 
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance 
- Allegati tecnici





1.8 Il Contesto esterno di riferimento – Lo scenario economico della provincia

situazione è stata anche definita "effetto lavoratore aggiuntivo"¹⁷, fenomeno tipico delle crisi economiche, quando gli stringenti vincoli di liquidità delle famiglie tendono a stimolare la ricerca attiva di un'occupazione. Sul piano più strettamente congiunturale, inoltre, a Prato si continua a registrare un elevato numero di ore autorizzate di CIG (poco meno di 3 milioni di ore; dati cumulati – ottobre 2012)¹⁸, cui si accompagna il riaffacciarsi del c.d. fenomeno del "labour hoarding", grazie al quale le imprese, nonostante le difficoltà nel difendere i livelli produttivi, cercano comunque di salvaguardare

l'occupazione¹⁹. La difesa del fattore-lavoro, infatti, rappresenta la volontà di resistere da parte delle imprese, che hanno appunto nel capitale umano una delle principali leve strategiche di riferimento.

Andamento del reddito disponibile delle famiglie

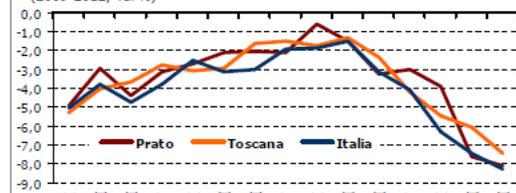
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Prato	1,2	-2,8	-4,6	-0,9	-0,9	-4,0
Toscana	1,3	-2,2	-2,0	-0,5	-0,6	-3,8
Italia	1,0	-1,2	-2,6	-0,5	-0,5	-4,1

Elaborazioni su dati Prometeia (luglio 2012)

Le numerose fragilità che si stanno progressivamente materializzando all'interno del mercato del lavoro, di fatto, contribuiscono a deteriorare la situazione generale delle famiglie. Infatti, secondo i dati recentemente diffusi da Prometeia, il reddito reale disponibile si è sensibilmente ridotto durante la crisi e la situazione si starebbe ulteriormente aggravando nel corso del 2012 (-4,1%). Anche a Prato il reddito disponibile è previsto in calo del -4% nel 2012 e, come nel resto del Paese, ciò determina una netta revisione al ribasso della spesa per consumi (-3,7%; dati di

previsione 2012), con cali superiori a quelli registrati nel 2009. In effetti, se la caduta dei consumi del 2009 era stata almeno in parte limitata da una riduzione del tasso di risparmio (c.d. "effetto-ricchezza"), in questa fase di riverbero della crisi la flessione dei redditi sembra trasferirsi più rapidamente sui livelli medi di spesa. Guardando ai dati, lo scenario è quello di un malessere economico diffuso che affligge l'intera economia provinciale - dalle imprese

PROVINCIA DI PRATO: Andamento delle vendite rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente (2009-2012; var%)



Elab. su dati Unioncamere-Indagine cong. le commercio al dettaglio (2012)

(calo della produzione), alle famiglie (calo dei consumi), al mercato del lavoro (crescita della disoccupazione e della CIG ordinaria). Parafrasando il prof. Krugman, il rischio più concreto, oggi, è quello di avvitarsi lungo un sentiero che conduce verso un' "economia della depressione". D'altra parte, occorre anche sottolineare che il sostegno alla domanda aggregata messo in atto attraverso la politica monetaria è stato limitato dagli effetti del *credit crunch* e, in queste condizioni, si sono

evidenziate tutte le criticità di una politica fiscale restrittiva cui si accompagna una crisi del credito, determinando il classico problema di pro-ciclicità della politica di bilancio²⁰.

Il materializzarsi del c.d. *double-dip* dell'economia trova così un'evidente conferma anche nei dati delle vendite al dettaglio della provincia: -8,1% la variazione tendenziale di settembre 2012. La dinamica delle vendite del terzo trimestre 2012 risulta ancora in peggioramento rispetto ai trimestri precedenti e rappresenta il peggior dato dal 2005 (inizio della serie storica)²¹, superando il minimo ciclico toccato nel corso del 2009. L'andamento negativo affligge in senso trasversale i diversi comparti economici, con vendite al dettaglio che risultano in profonda sofferenza tanto nel "non alimentare" (beni durevoli e semidurevoli) - al cui interno è da segnalare il sensibile calo delle vendite di "abbigliamento-accessori" (-9,1%, la media tendenziale a settembre 2012) - quanto nel comparto *food*. Le famiglie, strette nella morsa della crisi, compiono così scelte sempre più orientate al risparmio, in cui si evidenzia il crescente utilizzo di *discount*, *superstore* e una maggiore attenzione alla scontistica e alle offerte speciali. In effetti, in questa fase, soltanto la categoria di esercizi appartenente agli "ipermercati, supermercati e grandi magazzini" presenta una dinamica del fatturato positiva. In ultima analisi, se da un lato sembra in atto una qualche forma di "declassamento" della spesa familiare soprattutto in termini qualitativi, dall'altro trova conferma una progressiva erosione della capacità di spesa dei ceti più deboli, sui quali il peso della recessione tende a intaccare anche i consumi di base.

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici



¹⁷ CNEL-REF Ricerche, *Rapporto sul mercato del lavoro 2011-2012*, settembre 2012.

¹⁸ In questa fase a crescere è soprattutto la Cigo: +38,3% la variazione tendenziale relativa al periodo gennaio-settembre 2012.

¹⁹ Come accennato, infatti, il numero degli addetti all'interno del sistema produttivo locale tutto sommato "tiene" e, all'interno del comparto manifatturiero-industriale, esso risulta addirittura in lieve aumento sia nel 2011 che nella prima parte del 2012 (+1,2% la variazione congiunturale media relativa ai primi sei mesi dell'anno).

²⁰ In questo particolare momento storico, sul versante delle policy, si sta infatti dibattendo sull'opportunità di continuare a perseguire politiche orientate alla c.d. "austerità espansionistica", oppure pensare a politiche più espansive che guardino in particolare al rilancio dell'output e dell'occupazione.

²¹ Anche a livello nazionale e regionale i dati tendenziali sulle vendite del settore del commercio risultano i peggiori dal 2005: rispettivamente pari a -8,3% e -7,4%, la variazione nel corso del terzo trimestre del 2012 (elaborazioni Ufficio Studi CCAA di Prato su dati Unioncamere-Centro Studi e Unioncamere Toscana, *Indagine trimestrale sul commercio al dettaglio* ottobre 2012).



1.9II Contesto esterno di riferimento - *Il quadro normativo di riferimento*

Oltre al contesto congiunturale, nel processo decisionale dell'ente influisce in modo determinante anche il quadro normativo di riferimento, sia per quanto riguarda le funzioni e le competenze attribuite alle Camere di Commercio – sempre in continuo aumento - sia anche in relazione alle norme più generali di razionalizzazione della spesa pubblica e di riduzione del costo della burocrazia a carico delle imprese e dei cittadini.

Oltre alle disposizioni normative per il contenimento della spesa pubblica (D.L. 7 maggio 2012 n. 52 **Disposizioni urgenti per la razionalizzazione della spesa pubblica**, D.L. 6 luglio 2012 n. 95, cd **Spending Review, Legge di stabilità 2013** di seguito si riportano, in ordine cronologico, i principali provvedimenti di riferimento per le attività dell'ente nel prossimo futuro:

- **D.L. 24 gennaio 2012 n. 1** “Disposizioni urgenti per la concorrenza, lo sviluppo e la competitività” contenente la liberalizzazione di alcune attività economiche e la riduzione degli oneri amministrativi per le imprese oltre all'introduzione della società a responsabilità limitata semplificata (per i giovani al di sotto dei 35 anni);
- **D.L. 9 Febbraio 2012 n. 5** recante disposizioni urgenti in materia di semplificazione e sviluppo;
- **DL. 22 giugno 2012 n. 83 “Misure urgenti per la crescita del Paese”** contenente:
 - l'obbligo di pubblicazione sul sito istituzionale dei dati relativi all'erogazione di sovvenzioni, contributi e vantaggi economici (cd. **Amministrazione aperta**);
 - la revisione della legge fallimentare a garanzia della continuità aziendale;
 - l'individuazione delle Camere di Commercio quali organi competenti in materia di sanzioni sul Made in Italy;
 - la previsione della società a responsabilità limitata a capitale ridotto, oltre a novità sul contratto di rete ed alla relativa iscrizione al Registro delle Imprese.

Presentazione della Relazione	▶
Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder	▶
Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti	▶
Risorse, efficienza ed economicità	▶
Pari Opportunità e bilancio di genere	▶
Il processo di redazione della Relazione sulla Performance	▶
Allegati tecnici	





1.9 Il Contesto esterno di riferimento – *Il quadro normativo di riferimento*

- **D.Lgs. 16 febbraio 2011 n. 15** in materia di vigilanza e controllo sull’etichettatura energetica;
- **L. 28 giugno 2012 n. 92 “Disposizioni in materia di riforma del mercato del lavoro”** con evidenti riflessi sul personale della pubblica amministrazione;
- **D.L. 18 ottobre 2012 n. 179 “Ulteriori misure urgenti per la crescita del Paese”** ha previsto una serie di misure di diretto impatto sulle imprese quali:
 - l’obbligo, anche per le imprese individuali, di dotarsi di una casella di posta elettronica certificata;
 - modifiche alla normativa sul sovra indebitamento;
 - disciplina delle *start up* innovative che devono essere iscritte in una apposita sezione del Registro delle Imprese;
 - ulteriori misure di digitalizzazione per la pubblica amministrazione quali, ad esempio, l’utilizzo di strumenti elettronici di pagamento.
- **L. 6 novembre 2012 n. 190** che prevede l’adozione da parte delle Pubbliche Amministrazioni di un **Piano della prevenzione della corruzione**. Con questa legge il Parlamento ha varato una normativa organica tesa ad implementare l’apparato preventivo e repressivo contro la corruzione e l’illegalità nella pubblica amministrazione. In particolare è stata prevista l’individuazione di un responsabile della prevenzione della corruzione al quale fanno capo obblighi di monitoraggio e controllo. La nuova disposizione normativa prevede inoltre un obbligo di formazione del personale su queste tematiche nonché ulteriori oneri di pubblicazione di dati e documenti a garanzia della trasparenza amministrativa.
- **D.Lgs. 9 novembre 2012 n. 192** in tema di lotta contro i ritardi di pagamento per transazioni commerciali a norma dell’art. 10 c. 1 L. 180/2011 sui tempi di pagamento delle PA.

Ulteriori interventi che riguardano più nel dettaglio le attività camerali sono:

- **D.L. 25 gennaio 2012 n. 2** Disposizioni in materia di commercializzazione di sacchi per asporto merci nel rispetto dell'ambiente", che attribuisce alla Camera di Commercio il compito di ricevere il rapporto ai sensi dell'art. 17 della legge 689/91 per violazioni della stessa normativa;
- **D. Lgs. 28 giugno 2012 n. 104** in tema etichettatura energetica ed informazioni uniformi relative ai prodotti.

Restano infine da menzionare il **Decreto 26 ottobre 2012, n. 230** “Regolamento relativo ai requisiti di professionalità ed ai criteri per l’espletamento della selezione per l’iscrizione nell’elenco dei soggetti che possono essere nominati segretari delle Camere di Commercio, nonché agli obblighi di formazione per i segretari generali” nonché la **Sentenza della Corte Costituzionale n. 272 del 2012** (GURI n. 49 del 2012) che ha dichiarato l’illegittimità costituzionale del decreto delegato 28/2012 nella parte in cui ha reso la mediazione obbligatoria in un ampio ventaglio di materie. La Corte ha ritenuto che si fosse in presenza di un eccesso di delega, in quanto l’obbligatorietà non era indicata tra i principi e criteri individuati nella legge delega.

- **L. 14 gennaio 2013 n. 4** “Disposizioni in materia di professioni non organizzate”

Presentazione della Relazione	▶
Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder	▶
Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti	▶
Risorse, efficienza ed economicità	▶
Pari Opportunità e bilancio di genere	▶
Il processo di redazione della Relazione sulla Performance	▶
Allegati tecnici	





2. Obiettivi, risultati raggiunti e scostamenti

Presentazione della
Relazione



Sintesi delle Informazioni
di interesse per gli
stakeholder



Obiettivi: risultati
raggiunti e scostamenti



Risorse, efficienza
ed economicità



Pari Opportunità e
bilancio di genere



Il processo di redazione
della Relazione sulla
Performance



Allegati tecnici





2.1. Gli ambiti di misurazione

All'interno del Piano Performance 2012-2014, la Camera di Commercio di Prato ha definito i propri obiettivi e individuato gli indicatori per la misurazione e valutazione, a consuntivo, del livello di performance raggiunto.

Obiettivi e indicatori sono stati organizzati in modo tale da consentire una rappresentazione completa della performance programmata (*ex ante*) ed effettivamente raggiunta (*ex post*).

L'attività di una Camera di Commercio è infatti un'attività complessa ed eterogenea, e solo la misurazione congiunta di più dimensioni può consentirne una valutazione corretta.

L'Ente, alla luce di quanto definito nel proprio mandato istituzionale (**mission**) e di ciò che gli organi di vertice politico amministrativo ritengono che esso debba diventare al termine del triennio di riferimento (**vision**), propone nelle schede che compongono il Piano e la Relazione della Performance:

1. gli **impatti** che con la propria azione si vengono a produrre nell'ambiente oltre che la risposta ai bisogni (Impatti-Outcome);
2. i **programmi strategici** definiti in base alle priorità degli organi di indirizzo (attuazione delle strategie);
3. le **attività** ed i **servizi** chiave che contraddistinguono l'azione camerale rispetto agli utenti e ai portatori di interesse (Portafoglio di Attività e servizi);
4. gli obiettivi di rafforzamento strutturale atteso e le condizioni necessarie per assicurare la continuità di produzione di risultati nel tempo (**stato di salute**);
5. i soggetti e gli ambiti rispetto ai quali svolgere una comparazione delle proprie performance (**benchmarking**).

Il Piano della Performance e la relativa Relazione sono quindi strutturati in schede che misurano ciascuno degli elementi sopra richiamati, identificando in termini quantitativi gli obiettivi che la Camera si propone di raggiungere. L'esito finale della rilevazione serve a valorizzare a consuntivo, in modo sintetico, il livello di performance raggiunto:

positivo (>80%), **parzialmente positivo** (>60% e < 80%);
negativo (<60%).



- Presentazione della Relazione ▶
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder ▶
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti ▶
- Risorse, efficienza ed economicità ▶
- Pari Opportunità e bilancio di genere ▶
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance ▶
- Allegati tecnici





2.2. I risultati raggiunti

Nelle schede che seguono viene rappresentata la performance realizzata nel 2012 per aree strategiche. I principali programmi strategici, così come le attività ed i servizi erogati, sono stati classificati, all'interno del Piano della Performance, in macro aree di attività.

La rendicontazione parte dunque dai risultati raggiunti nei livelli più elementari di rilevazione (servizi e obiettivi) per giungere ad un'elaborazione della performance di area strategica, secondo un percorso "a risalita".

I risultati di performance raggiunti sono stati dunque misurati e valutati seguendo il medesimo approccio culturale e metodologico che ha supportato la scelta degli obiettivi strategici nel Piano della Performance per garantire trasparenza e intelligibilità nel rapporto con gli interlocutori dell'Ente.

L'uso di strumenti grafici ha permesso di evidenziare con colori diversi il livello di realizzazione dell'obiettivo rispetto al target fissato in sede di programmazione:

-  Non raggiungimento dell'obiettivo(<60%);
-  Parziale raggiungimento dell'obiettivo(>60%e<80%);
-  Raggiungimento dell'obiettivo(>80%)

Presentazione della
Relazione



Sintesi delle Informazioni
di interesse per gli
stakeholder



Obiettivi: risultati
raggiunti e scostamenti



Risorse, efficienza
ed economicità



Pari Opportunità e
bilancio di genere



Il processo di redazione
della Relazione sulla
Performance



Allegati tecnici





2.2. I risultati raggiunti

Nelle schede che seguono non viene monitorata la totalità dei nuovi servizi attivati o gli interventi di miglioramento. Per completezza di informazione si riporta dunque un elenco delle attività più rilevanti realizzate nel 2012.

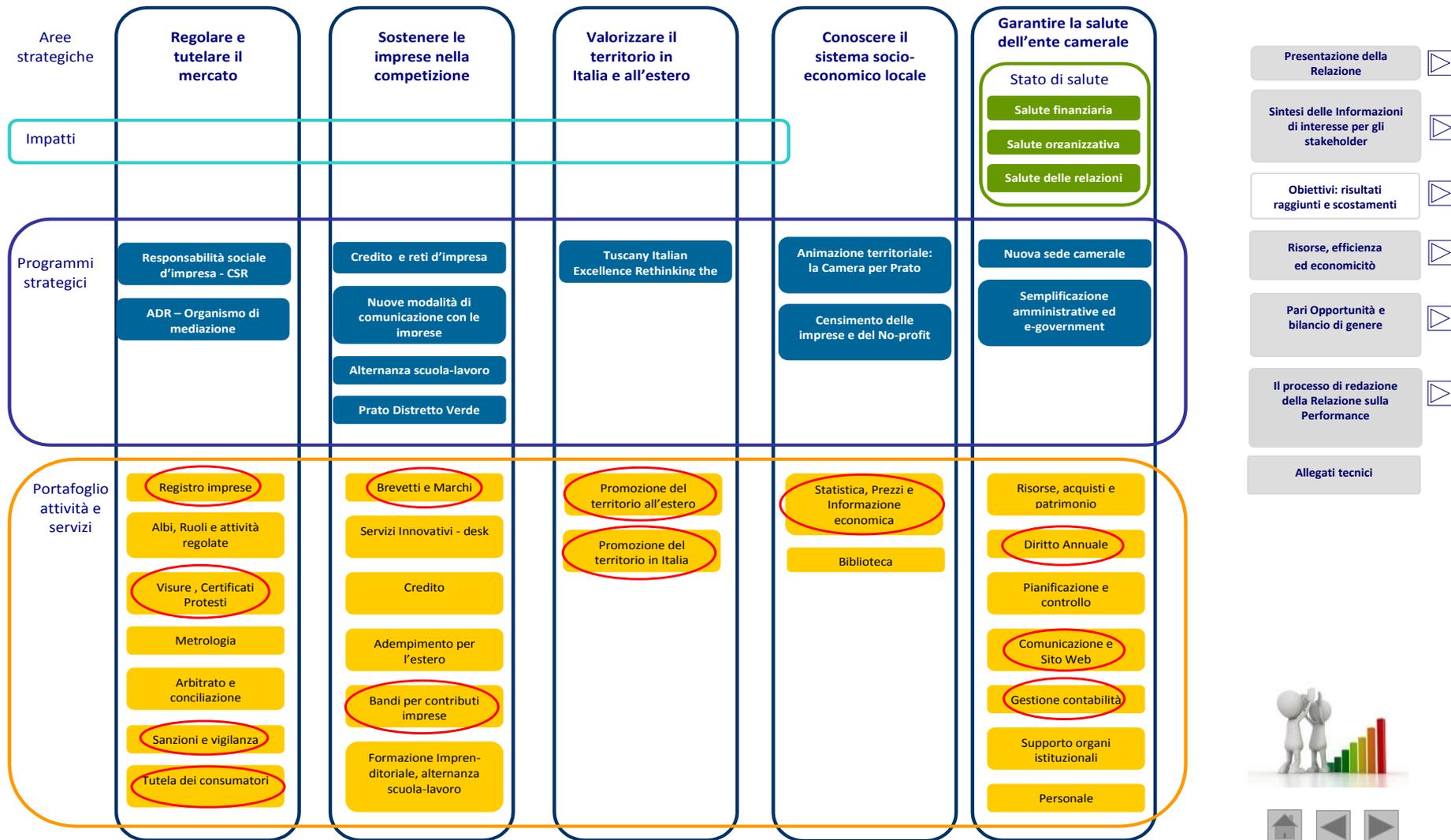
- Indagini di benessere organizzativo;
- Comunicazioni relative al RI tramite PEC;
- Attuazione della direttiva servizi – aggiornamento della posizione degli iscritti nei ruoli soppressi di Agenti e Rappresentanti, di Agenti di affari in mediazione e dei Mediatori Marittimi;
- Ampliamento dell’offerta formativa ed informativa in merito alla Responsabilità Sociale d’Impresa a potenziamento degli strumenti di sensibilizzazione delle imprese;
- Iniziative a favore della internazionalizzazione (valorizzazione della textile roadshow);
- Servizi Avanzati ICT quali la realizzazione di una rete federata WiFi;
- Servizi di promozione della nuova imprenditorialità tramite il microcredito;
- Adeguamento delle novità in materia di mediazione ex D.Lgs. 28/2010;
- Potenziamento delle attività di vigilanza e controllo (Protocollo MISE/Unioncamere);
- Nuova gestione dei certificati di origine on line;
- Servizi di promozione tessile: il marchio cardato regenerated CO2 neutral e la green economy
- Servizi a supporto dell’imprenditoria: la logistica;
- Il nuovo servizio di promozione delle reti di imprese
- Gestione riscossione tributi;
- Digitalizzazione e dematerializzazione dei processi;
- Adesione al Programma di potenziamento della rete UBM delle Camere di Commercio e della rete dei PATLIB e dei PIP;
- Sportello SOS Impresa, un servizio di tipo consulenziale per aiutare concretamente gli imprenditori in difficoltà a causa della grave crisi economica che sta colpendo Prato;
- Realizzazione del censimento dell’industria e dei servizi;
- Soppressione dell’Albo delle Imprese Artigiane;
- Rinnovo Organi Camerali;
- Attivazione di strumenti di pianificazione finanziaria;
- Partecipazione al Laboratorio Unioncamere Piano Performance 2012 - 2014

Presentazione della Relazione	▶
Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder	▶
Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti	▶
Risorse, efficienza ed economicità	▶
Pari Opportunità e bilancio di genere	▶
Il processo di redazione della Relazione sulla Performance	▶
Allegati tecnici	



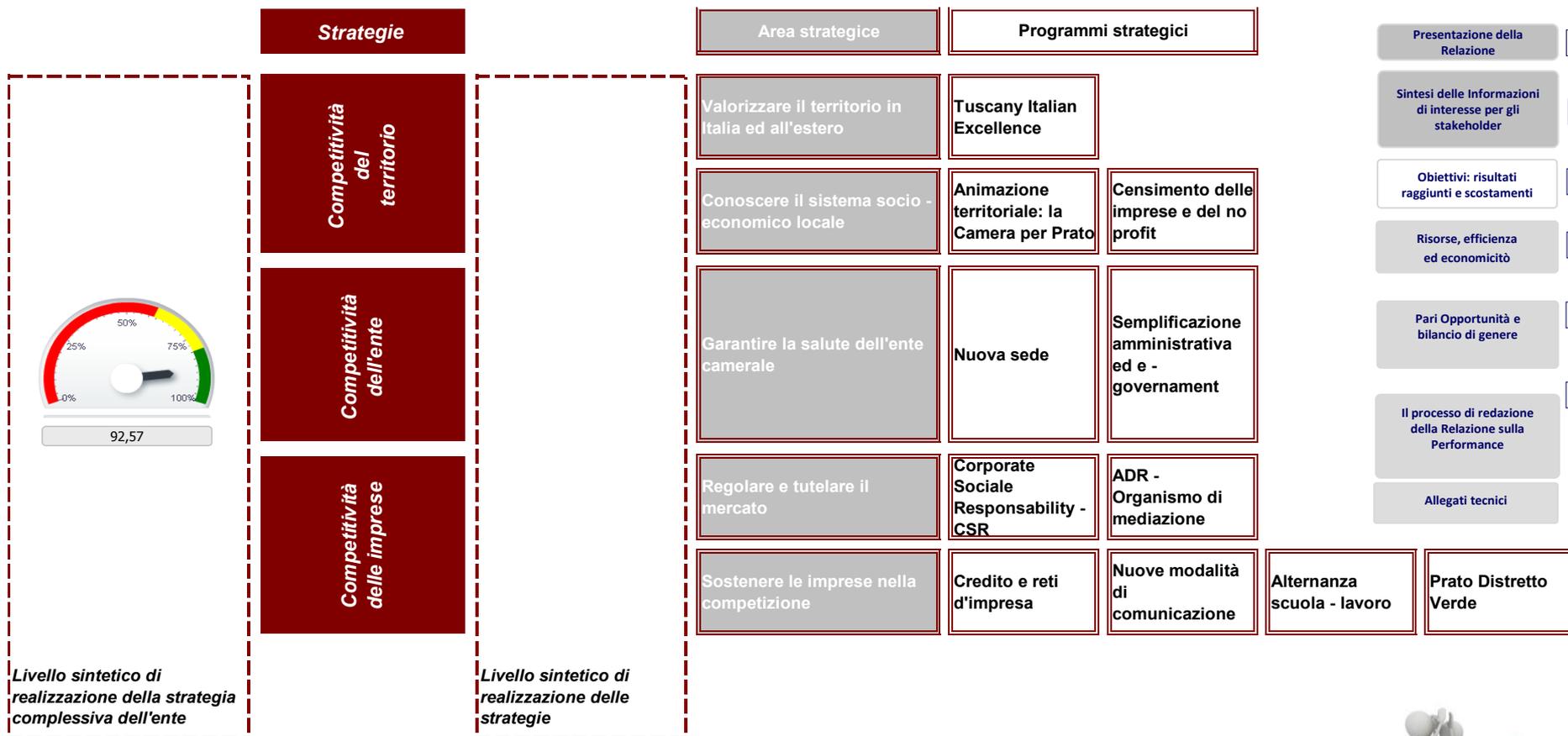


2.2. I risultati raggiunti





2.2 I risultati raggiunti



-  Presentazione della Relazione
-  Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
-  Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
-  Risorse, efficienza ed economicità
-  Pari Opportunità e bilancio di genere
-  Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
-  Allegati tecnici





Area Strategica “Regolare e tutelare il mercato”

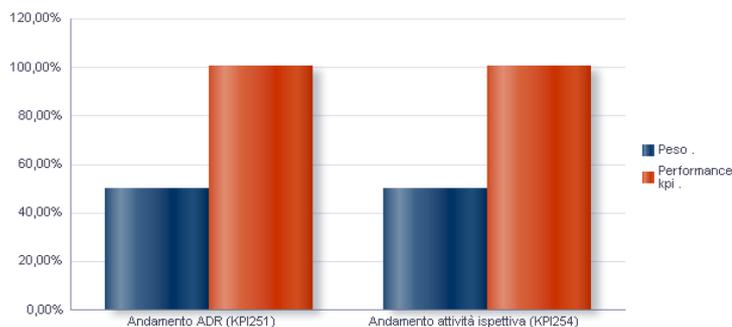


Area Strategica	Obiettivo Strategico	Performance
Competitività delle imprese (AS3.)	Regolare e tutelare il mercato (OS4.)	97,76%

Indicatori di impatto (outcome)

Area Strategica	Obiettivo Strategico	Indicatore	Peso	Performance kpi
Competitività delle imprese (AS3.)	Regolare e tutelare il mercato (OS4.)	Andamento ADR (KPI251)	50,00%	100,00%
		Andamento attività ispettiva (KPI254)	50,00%	100,00%

Area Strategica Competitività delle imprese (AS3.) Obiettivo Strategico Regolare e tutelare il mercato (OS4.)



- Presentazione della Relazione
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
- Risorse, efficienza ed economicità
- Pari Opportunità e bilancio di genere
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
- Allegati tecnici



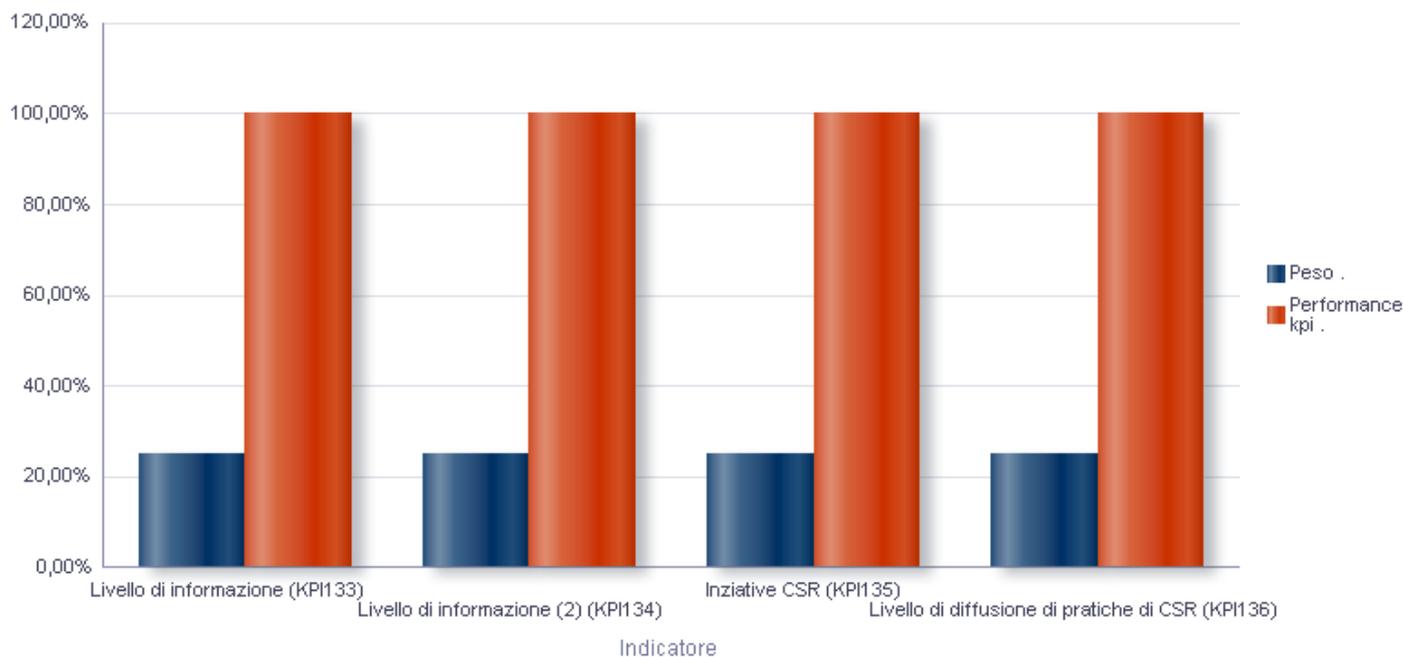


Programma strategico “Corporate Social Responsibility”

Obiettivo: Ampliare e potenziare gli strumenti finalizzati a favorire la crescita delle imprese in termini di responsabilità, competitività e valore, per rendere pienamente fruibili le opportunità e i vantaggi competitivi derivanti dall'adozione di politiche di responsabilità sociale.

Realizzazione: Lo Sportello CSR, operativo da settembre 2009, è stato implementato nella sezione on line con nuovi link e documenti, mentre gli aggiornamenti relativi alle banche dati su “bandi e finanziamenti” e “premi e buone pratiche” sono stati effettuati con cadenza mensile o bimestrale e tempestivamente comunicati agli iscritti all'apposita newsletter (n. 142 al 31/12/2012). Sono stati inoltre organizzate apposite attività formative e seminari

Responsabilità sociale di impresa - CSR (OO15.)



- [Presentazione della Relazione](#)
- [Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder](#)
- [Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti](#)
- [Risorse, efficienza ed economicità](#)
- [Pari Opportunità e bilancio di genere](#)
- [Il processo di redazione della Relazione sulla Performance](#)
- [Allegati tecnici](#)





Programma strategico “ADR – Organismo di mediazione”

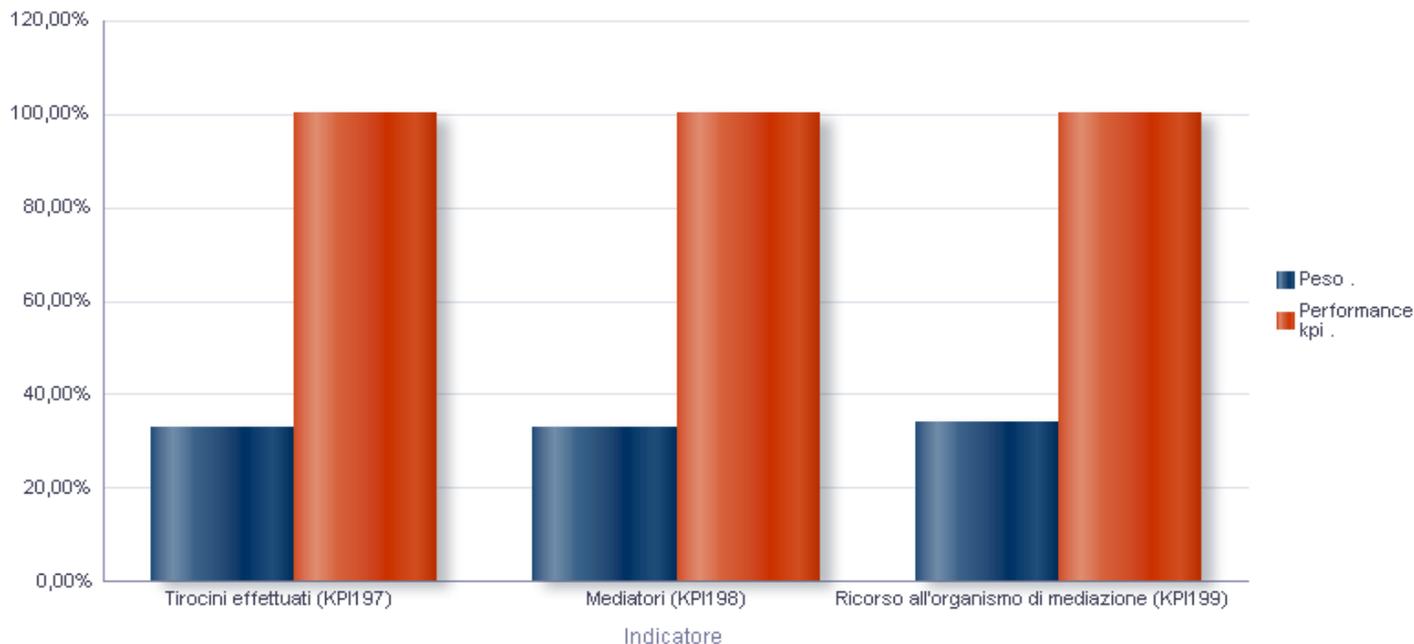
Obiettivo: *Potenziamento della collaborazione con gli ordini professionali e le associazioni di Categoria e dei consumatori nella promozione di un modello di giustizia civile rapido, efficace e poco costoso e per la diffusione della cultura della giustizia alternativa.*

Realizzazione: *L’Organismo di Mediazione, istituito dalla Camera di Commercio nell’aprile del 2011, è stato impegnato a far fronte all’entrata in vigore dell’obbligatorietà della mediazione civile per tutte le materie previste dall’art. 5 del D.Lgs 28/2010 fino all’intervento della Corte Costituzionale che ha dichiarato l’illegittimità costituzionale della norma in questione per eccesso di delega. L’attività svolta nel 2012 è stata quindi inferiore rispetto alle aspettative.*

ADR - Organismo di mediazione (OO16.)



■ Critico
■ Da seguire con attenzione
■ In linea con le aspettative



- [Presentazione della Relazione](#)
- [Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder](#)
- [Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti](#)
- [Risorse, efficienza ed economicità](#)
- [Pari Opportunità e bilancio di genere](#)
- [Il processo di redazione della Relazione sulla Performance](#)
- [Allegati tecnici](#)





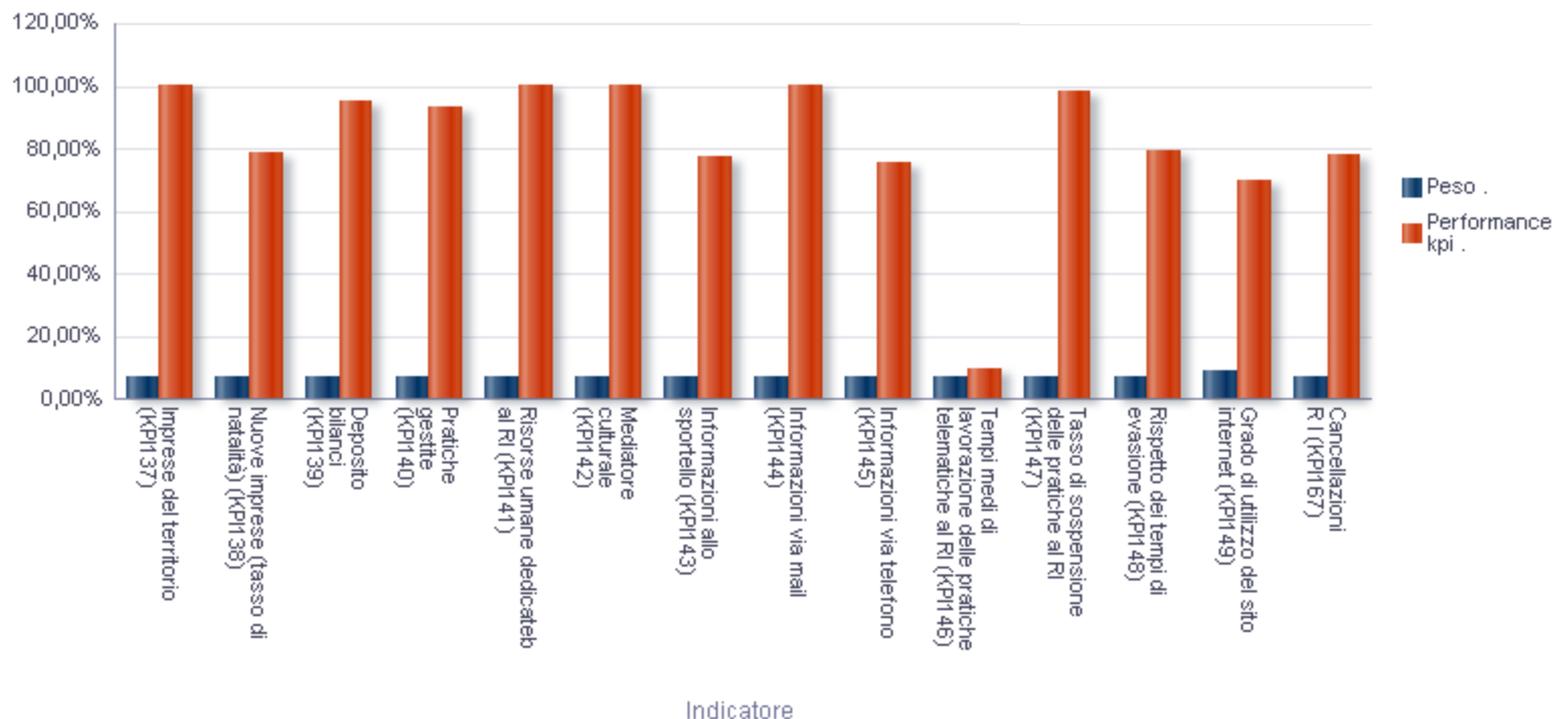
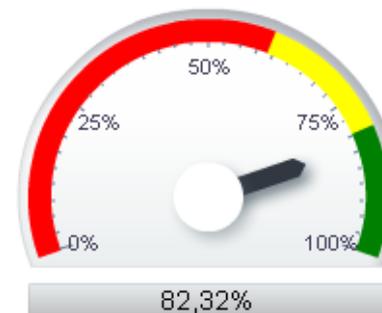
Le attività ed i servizi – “Registro imprese”

Da segnalare: nei primi mesi dell'anno l'attività del Registro

Delle imprese è stata principalmente interessata dalla gestione delle pratiche relative alla dichiarazione, da parte delle società, della posta

Elettronica certificata (PEC). I tempi di lavorazione delle pratiche hanno quindi risentito dell'aggravio di lavoro dovuto alla gestione delle PEC

Registro imprese (OOIT.)



- Presentazione della Relazione
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
- Risorse, efficienza ed economicità
- Pari Opportunità e bilancio di genere
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
- Allegati tecnici

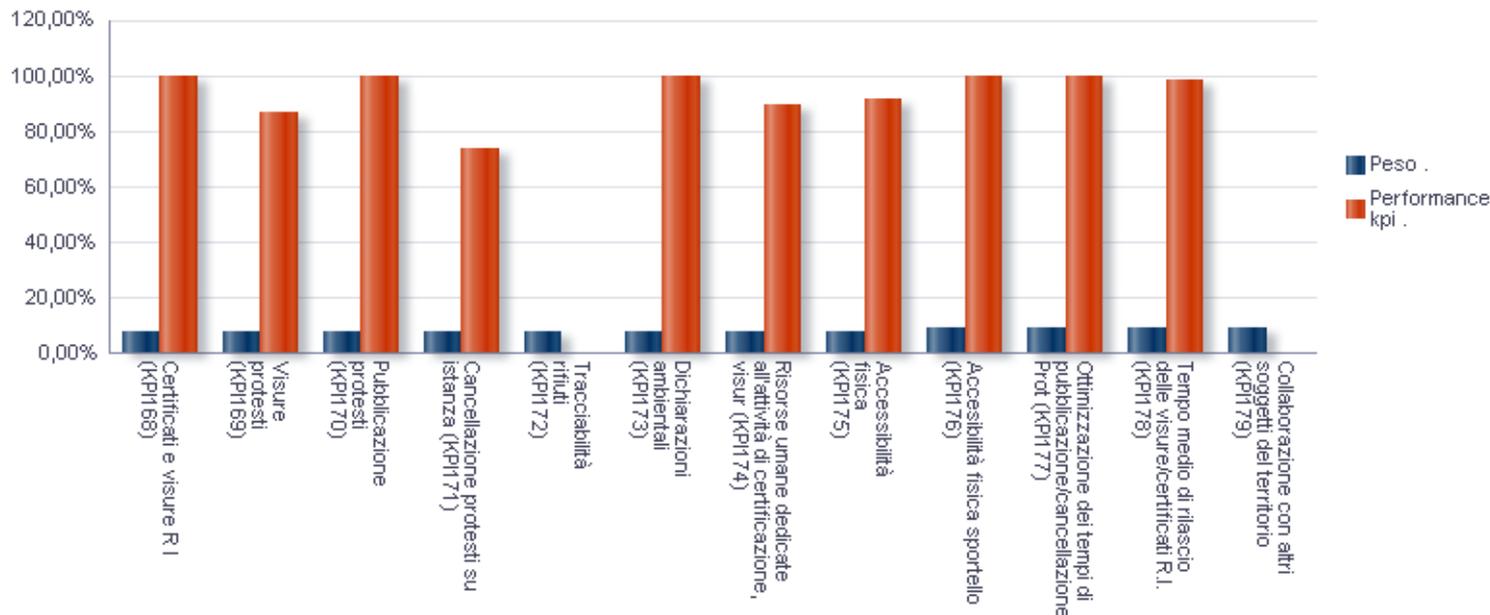
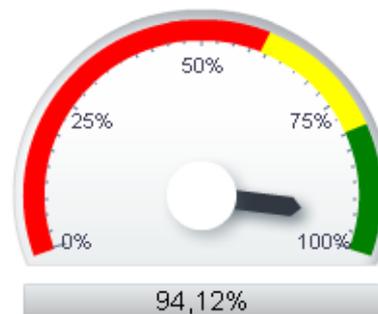




Le attività ed i servizi – “Visure, certificati, protesti”

Da segnalare: La legge di stabilità 2012 ha fortemente ridotto l'uso dei certificati nei rapporti tra privati, obbligando le pubbliche Amministrazioni ad accettare le dichiarazioni sostitutive per poi effettuare le necessarie verifiche. Le pubbliche amministrazioni ed i gestori di servizi pubblici possono poi accedere, attraverso un Apposito portale, direttamente ai dati del Registro Imprese per la verifica delle dichiarazioni sostitutive.

Visure, certificati, protesti (OO18.)



- Presentazione della Relazione
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
- Risorse, efficienza ed economicità
- Pari Opportunità e bilancio di genere
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
- Allegati tecnici



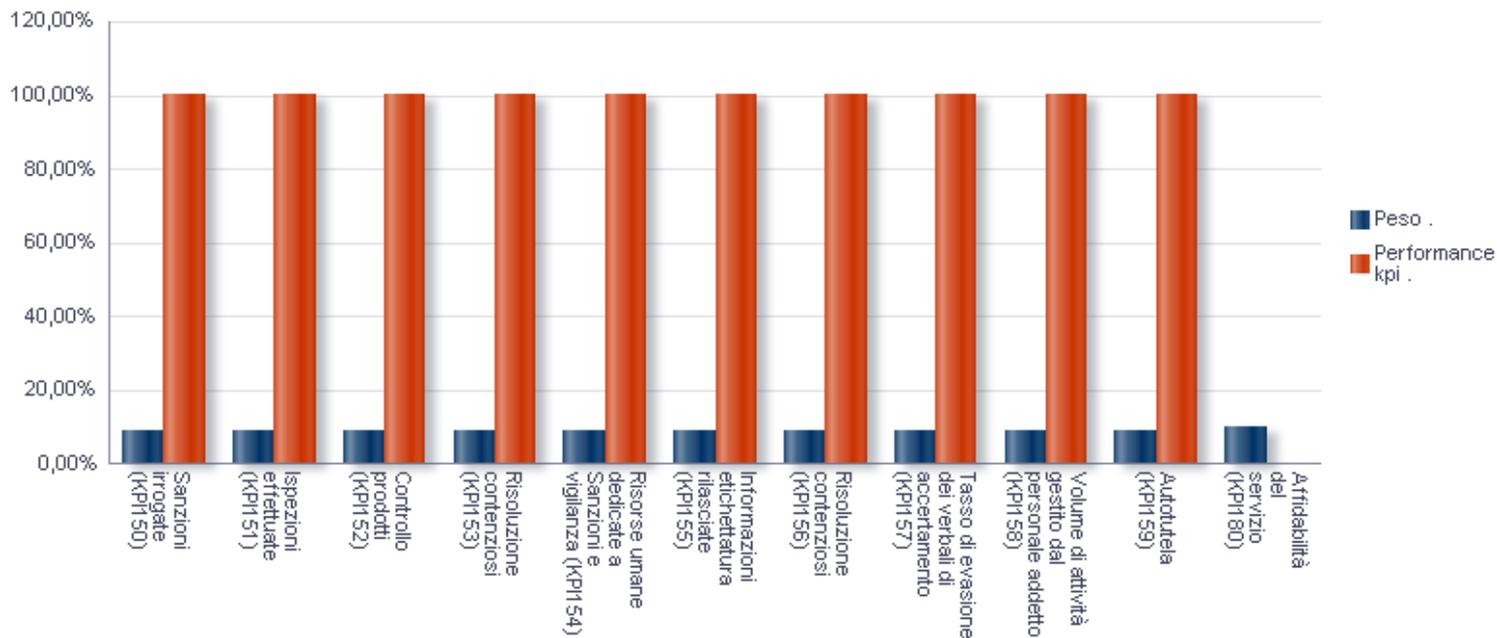
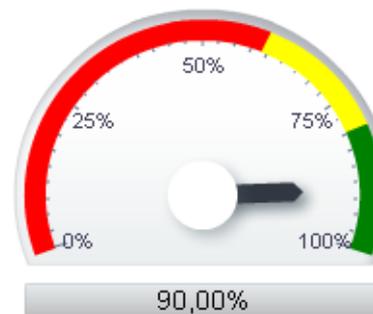


Le attività ed i servizi – “Sanzioni e Vigilanza”

Da segnalare: è proseguita, anche nel 2012, l'attività di vigilanza e controllo oggetto del Protocollo d'Intesa siglato tra Unioncamere e Ministero dello Sviluppo Economico.

La Camera ha inoltre realizzato una giornata informativa in materia di corretta etichettatura dei prodotti tessile

Sanzioni e vigilanza (0019.)



- [Presentazione della Relazione](#)
- [Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder](#)
- [Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti](#)
- [Risorse, efficienza ed economicità](#)
- [Pari Opportunità e bilancio di genere](#)
- [Il processo di redazione della Relazione sulla Performance](#)
- [Allegati tecnici](#)

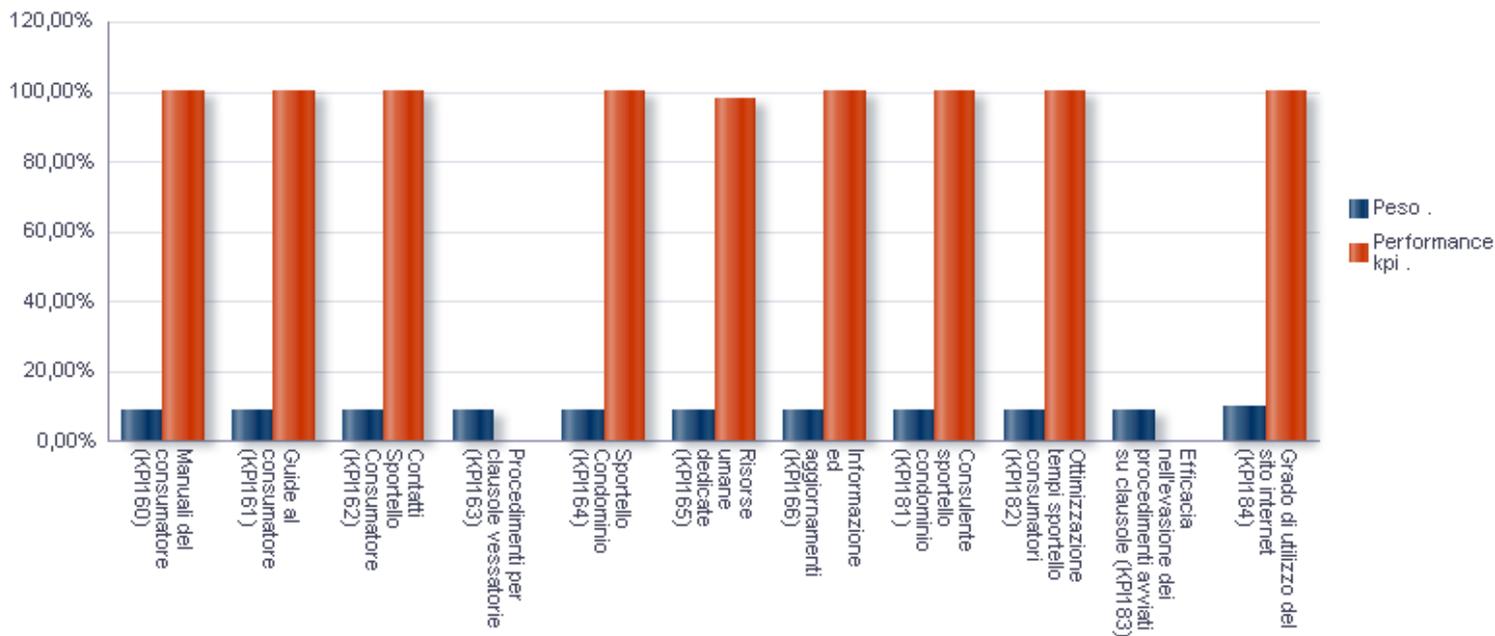




Le attività ed i servizi – “Tutela del consumatore”

Da segnalare: è stato portato a compimento il progetto, iniziato nel 2010, di completamento ed aggiornamento della collana “Manuali del consumatore”. Nel 2012 è stato pubblicato il manuale “Casa dolce casa” e gli altri 6 manuali già realizzati sono stati resi disponibili gratuitamente a tutti gli iscritti nella mailing list del servizio regolazione del mercato

Tutela dei consumatori (0020.)



- Presentazione della Relazione
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
- Risorse, efficienza ed economicità
- Pari Opportunità e bilancio di genere
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
- Allegati tecnici





Area Strategica “Sostenere le imprese nella competizione”

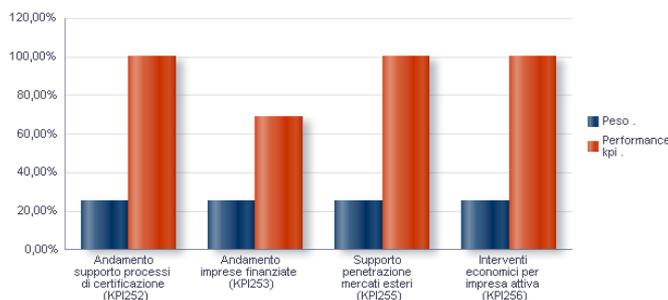


Area Strategica	Obiettivo Strategico	Performance
Competitività delle imprese (AS3.)	Sostenere le imprese nella competizione (OS5.)	93,05%

Indicatori di impatto (outcome)

Area Strategica	Obiettivo Strategico	Indicatore	Peso	Performance kpi
Competitività delle imprese (AS3.)	Sostenere le imprese nella competizione (OS5.)	Andamento supporto processi di certificazione (KPI252)	25,00%	100,00%
		Andamento imprese finanziate (KPI253)	25,00%	68,58%
		Supporto penetrazione mercati esteri (KPI255)	25,00%	100,00%
		Interventi economici per impresa attiva (KPI256)	25,00%	100,00%

Area Strategica Competitività delle imprese (AS3.) Obiettivo Strategico Sostenere le imprese nella competizione (OS5.)



- Presentazione della Relazione 
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder 
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti 
- Risorse, efficienza ed economicità 
- Pari Opportunità e bilancio di genere 
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance 
- Allegati tecnici





Programma strategico “Credito e reti d’impresa”

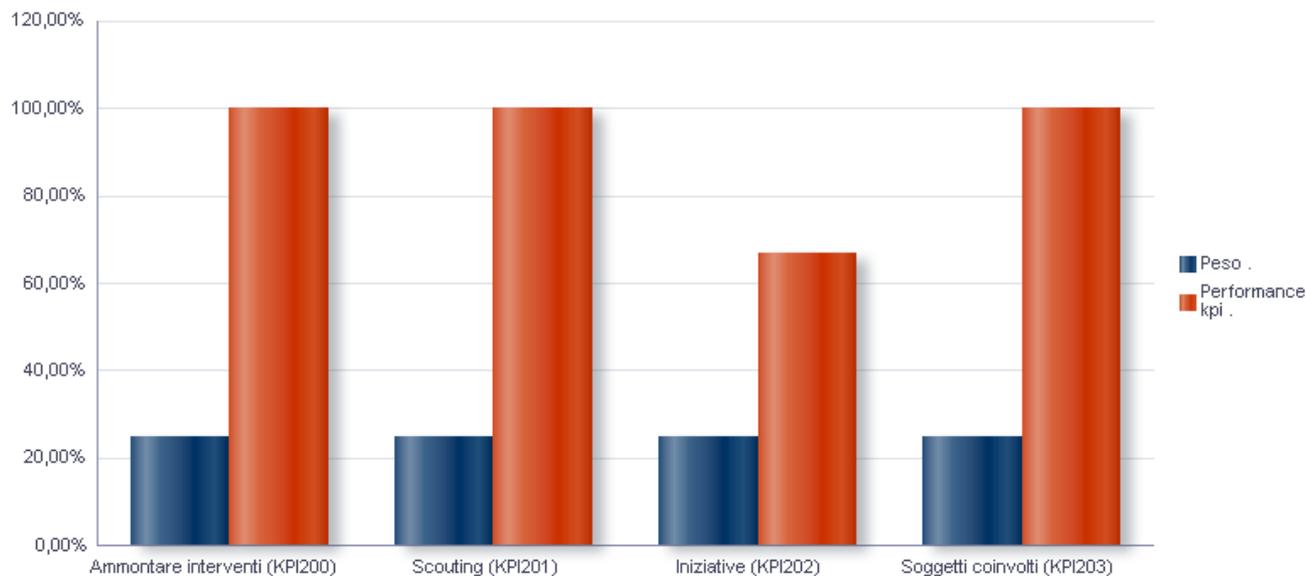
Obiettivo: sostenere l’avvio di nuove imprese innovative e supportare quelle già esistenti che intendono sviluppare nuovi processi o prodotti, mediante la costituzione di un Fondo in grado di acquisire partecipazioni temporanee e di minoranza nel capitale di rischio di nuove imprese innovative o ad alto potenziale di crescita.

Realizzazione: Il Fondo Sviluppo Nuove Imprese ha individuato alcune aziende dotate dei requisiti richiesti dal Regolamento. In un’ottica di miglioramento del servizio è stato inoltre approvata una bozza di convenzione con la Camere di Commercio di Pisa e con ASSEFI (Azienda Speciale della Camera di Pisa) per la gestione associata del Fondo.

Credito e reti di imprese (OO21)



- Critico
- Da seguire con attenzione
- In linea con le aspettative



- Presentazione della Relazione
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
- Risorse, efficienza ed economicità
- Pari Opportunità e bilancio di genere
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
- Allegati tecnici



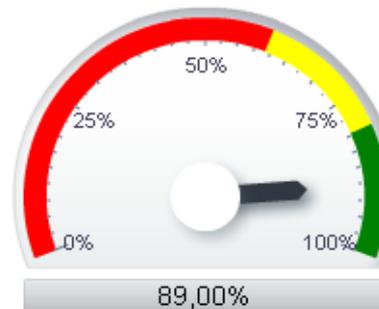


Programma strategico “Nuove modalità di comunicazione”

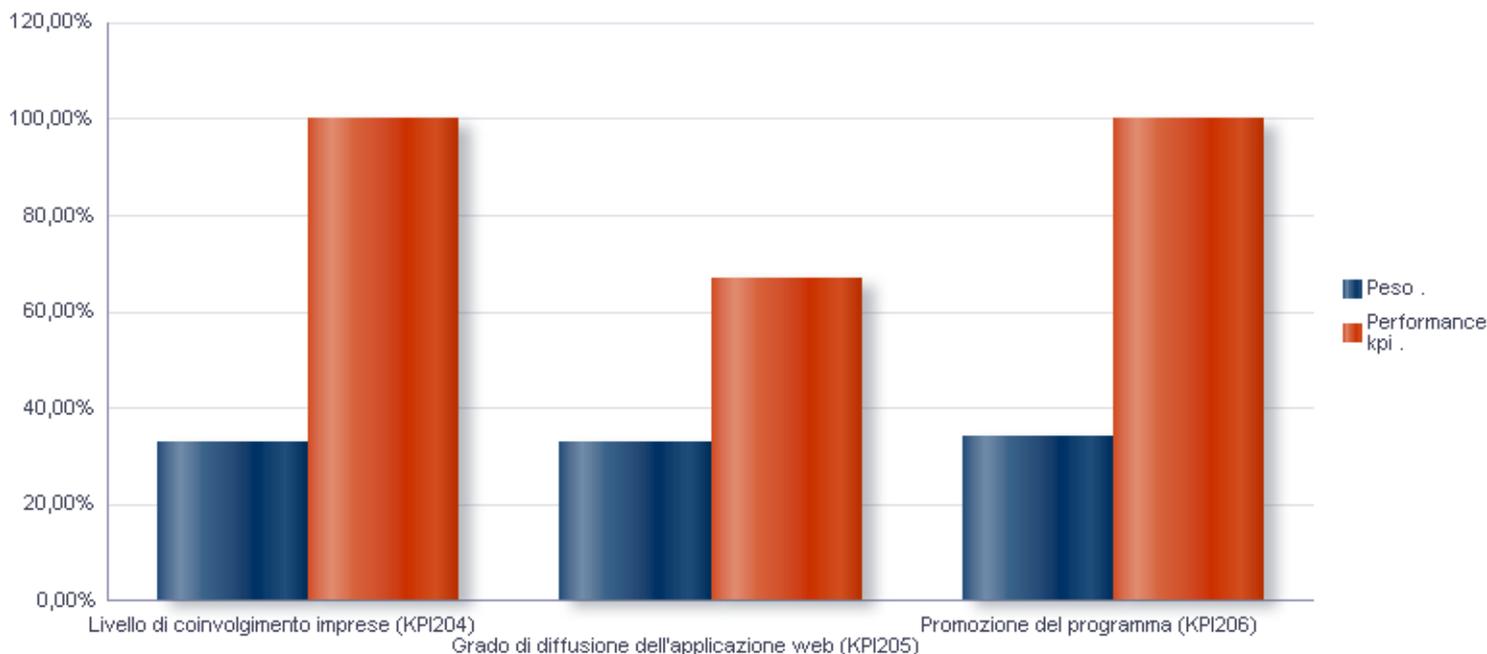
Obiettivo: reinventare in modo creativo le connessioni tra mondo delle imprese e universo creativo per intercettare quelle aziende del territorio che lavorano lungo la filiera e che hanno l'elasticità necessaria a entrare in contatto con nuovi clienti con una forte capacità di personalizzazione.

Realizzazione: Predisposizione di una piattaforma on line per mettere in contatto questi due universi, dando vita a una sorta di Facebook del settore moda chiamata Fashion Valley
Il progetto è stato sperimentato sulle imprese ed è operativo.

Nuove modalità di comunicazione con le imprese...



- Critico
- Da seguire con attenzione
- In linea con le aspettative



- Presentazione della Relazione 
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder 
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti 
- Risorse, efficienza ed economicità 
- Pari Opportunità e bilancio di genere 
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance 
- Allegati tecnici





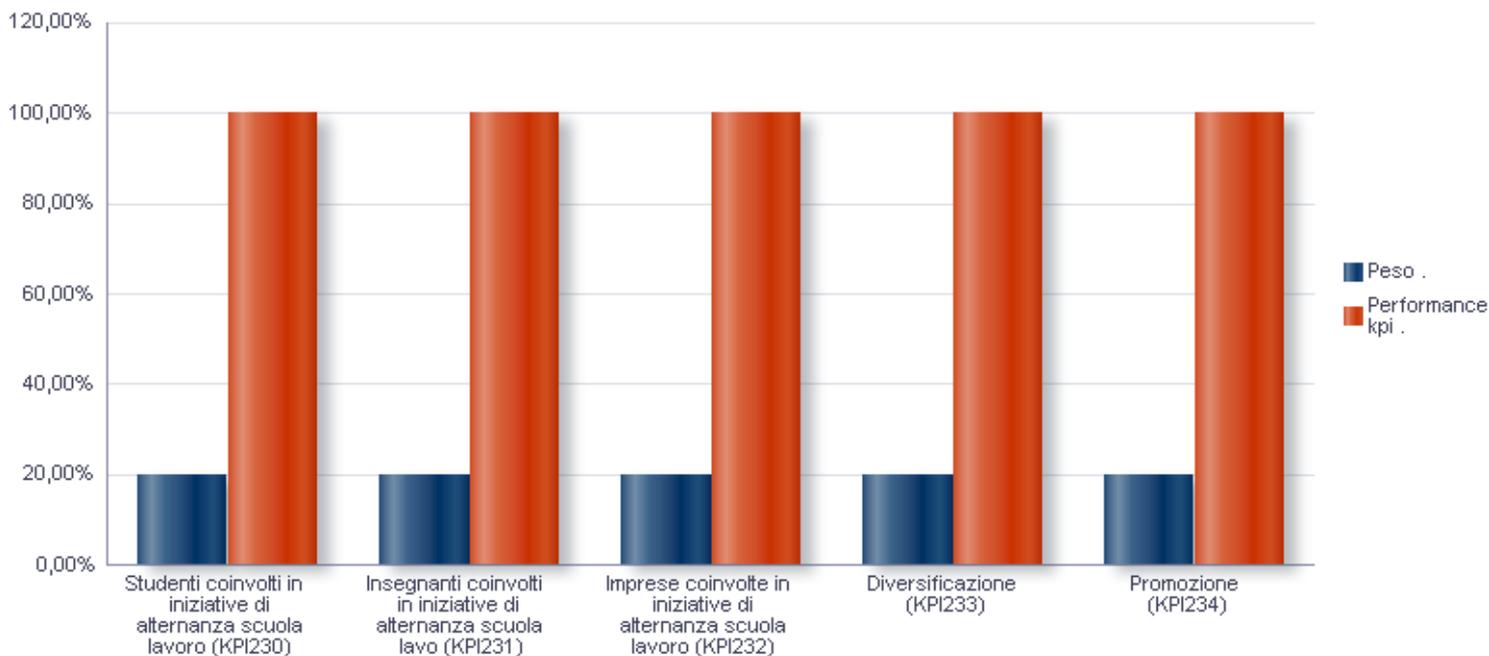
Programma strategico “Alternanza scuola – lavoro”

Obiettivo: promozione presso le scuole ed il mondo imprenditoriale ed associativo di modalità di apprendimento alternative rispetto di classici percorsi in aula per favorire l’incontro tra la domanda e l’offerta di lavoro e fare emergere i fabbisogni di professionalità per lo sviluppo competitivo delle imprese

Realizzazione: attività di ricerca di aziende disponibili ad ospitare Studenti per attività di alternanza scuola - lavoro



- Critico
- Da seguire con attenzione
- In linea con le aspettative



- Presentazione della Relazione
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
- Risorse, efficienza ed economicità
- Pari Opportunità e bilancio di genere
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
- Allegati tecnici





Programma strategico “Prato Distretto Verde”

Obiettivo: *Promuovere e rilanciare l'immagine del distretto industriale pratese tramite la Valorizzazione del Marchio Cardato Rigenenerated CO2 Neutral.*

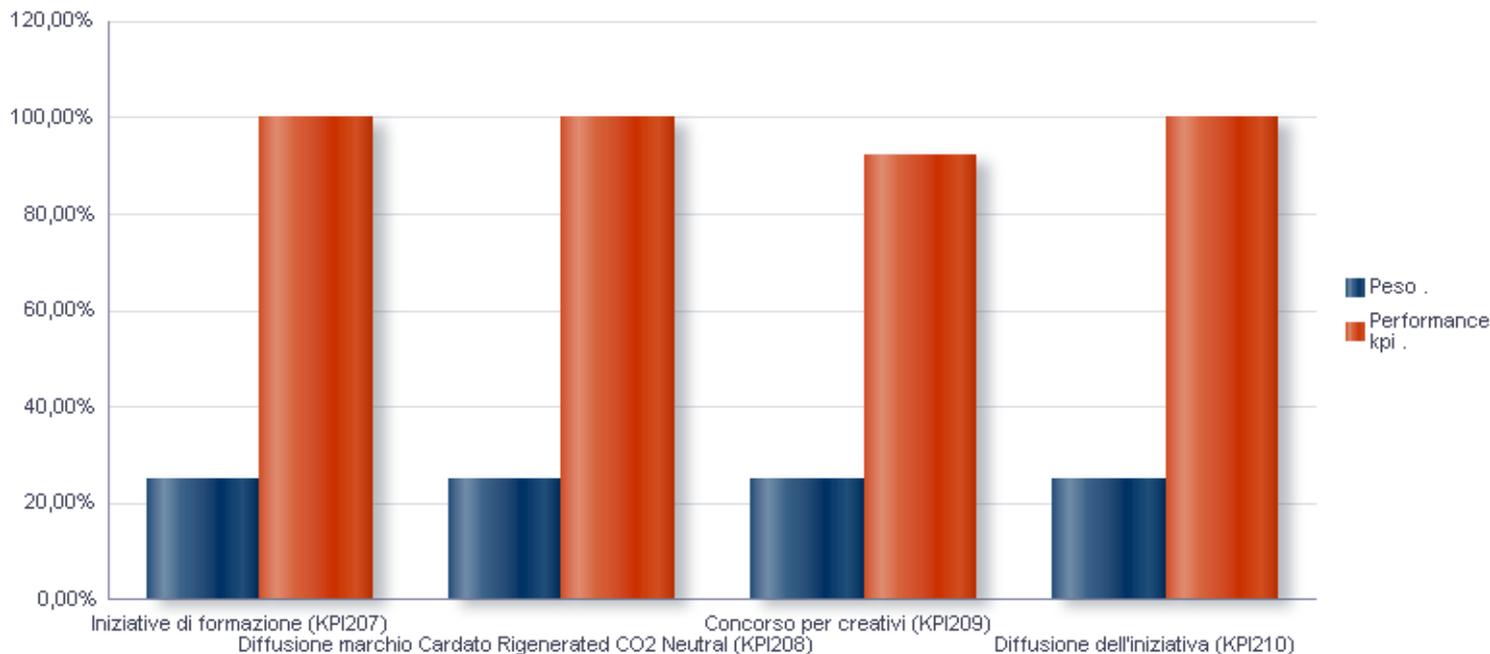
Realizzazione: *action plan relativo al distretto ed alle potenzialità in tema green.*

*Promozione del marchio in occasione di importanti fiere del settore, prima fra tutte **Primiere Vision**.*

*Organizzazione del concorso per giovani creativi **Made in Cardato Contest** per sperimentare nuove applicazioni per i tessuti a marchio Cardato CO2 tramite l'apporto di idee di giovani talenti*

*Organizzazione di un convegno sul tema “**L'industria internazionale del tessile e della moda: cambiamenti ed opportunità**”.*

Ratio distretto verde - Cardato Rigenenerated CO2...



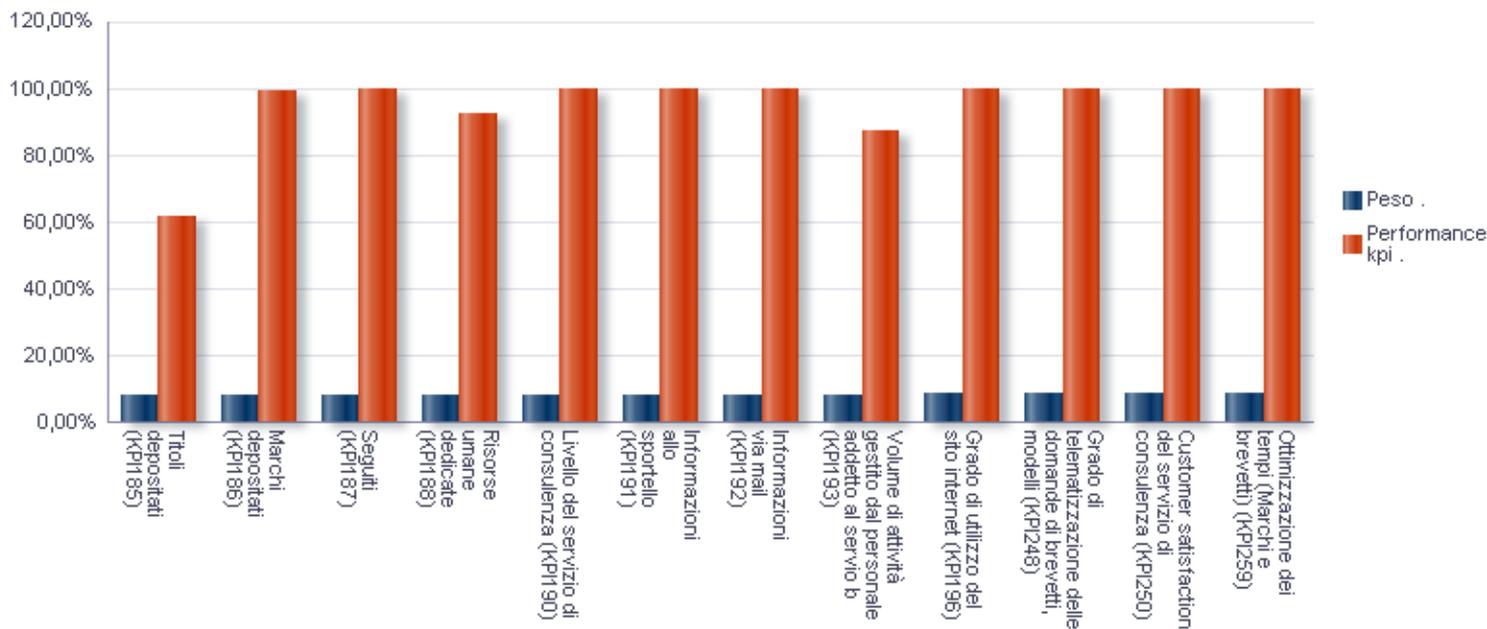
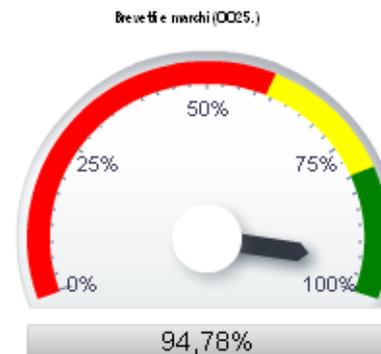
- Presentazione della Relazione 
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder 
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti 
- Risorse, efficienza ed economicità 
- Pari Opportunità e bilancio di genere 
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance 
- Allegati tecnici





Le attività ed i servizi – “Brevetti e marchi”

Da segnalare: Organizzazione, in collaborazione con Unioncamere Toscana e con le Camere di Firenze e Pistoia, di due eventi seminari con oggetto le agevolazioni alle imprese per favorire la registrazione di marchi comunitari ed internazionali (Bando Marchi +) e le opportunità del sistema pubblico per investire in proprietà industriale.



- Presentazione della Relazione
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
- Risorse, efficienza ed economicità
- Pari Opportunità e bilancio di genere
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
- Allegati tecnici



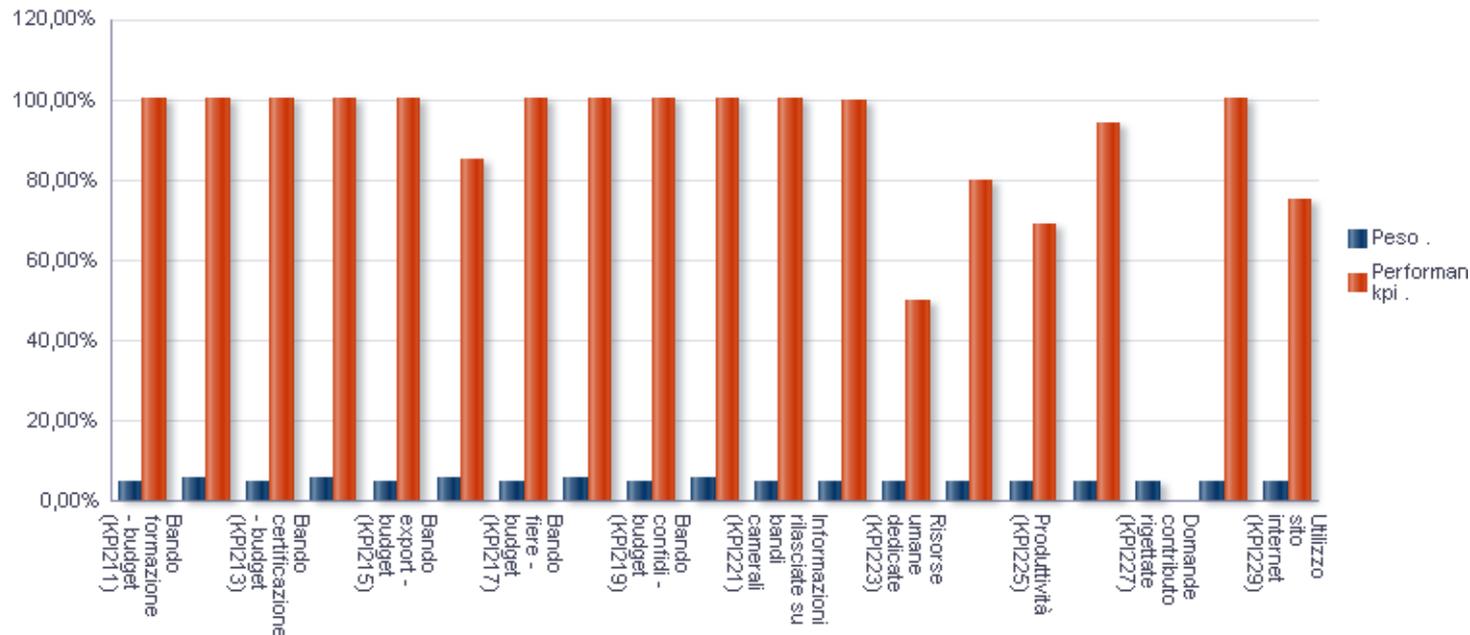


Le attività ed i servizi – “Bandi per contributi alle imprese”

Da segnalare:

- Bando per la concessione di **contributi per iniziative di formazione** a favore del proprio personale (lingue/tematiche aziendali)
- Bando per l'**introduzione di sistemi di certificazione aziendale**
- Bando per la concessione di contributi per la **partecipazione di imprese singole a mostre e fiere in Italia e all'estero**
- Bando per la concessione di contributi **ad aggregazioni di imprese per la realizzazione di iniziative di promozione sui mercati esteri**

Bandi per contributi alle imprese (0026.)



- Presentazione della Relazione 
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder 
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti 
- Risorse, efficienza ed economicità 
- Pari Opportunità e bilancio di genere 
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance 
- Allegati tecnici





Area Strategica “Valorizzare il territorio in Italia ed all'estero”

Valorizzare il territorio in Italia e all'estero (OS2.)



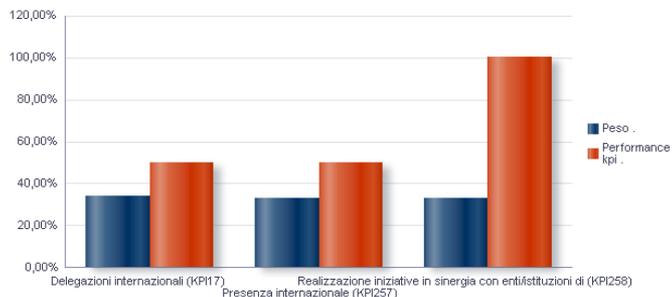
Area Strategica	Obiettivo Strategico	Performance
Competitività del territorio (AS1.)	Valorizzare il territorio in Italia e all'estero (OS2.)	80,32%

Indicatori di impatto (outcome)

Area Strategica	Obiettivo Strategico	Indicatore	Peso	Performance kpi
Competitività del territorio (AS1.)	Valorizzare il territorio in Italia e all'estero (OS2.)	Delegazioni internazionali (KPI17)	34,00%	50,00%
		Presenza internazionale (KPI257)	33,00%	50,00%
		Realizzazione iniziative in sinergia con enti/istituzioni di (KPI258)	33,00%	100,00%

Area Strategica Competitività del territorio (AS1.)

Obiettivo Strategico Valorizzare il territorio in Italia e all'estero (OS2.)



- Presentazione della Relazione
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
- Risorse, efficienza ed economicità
- Pari Opportunità e bilancio di genere
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
- Allegati tecnici

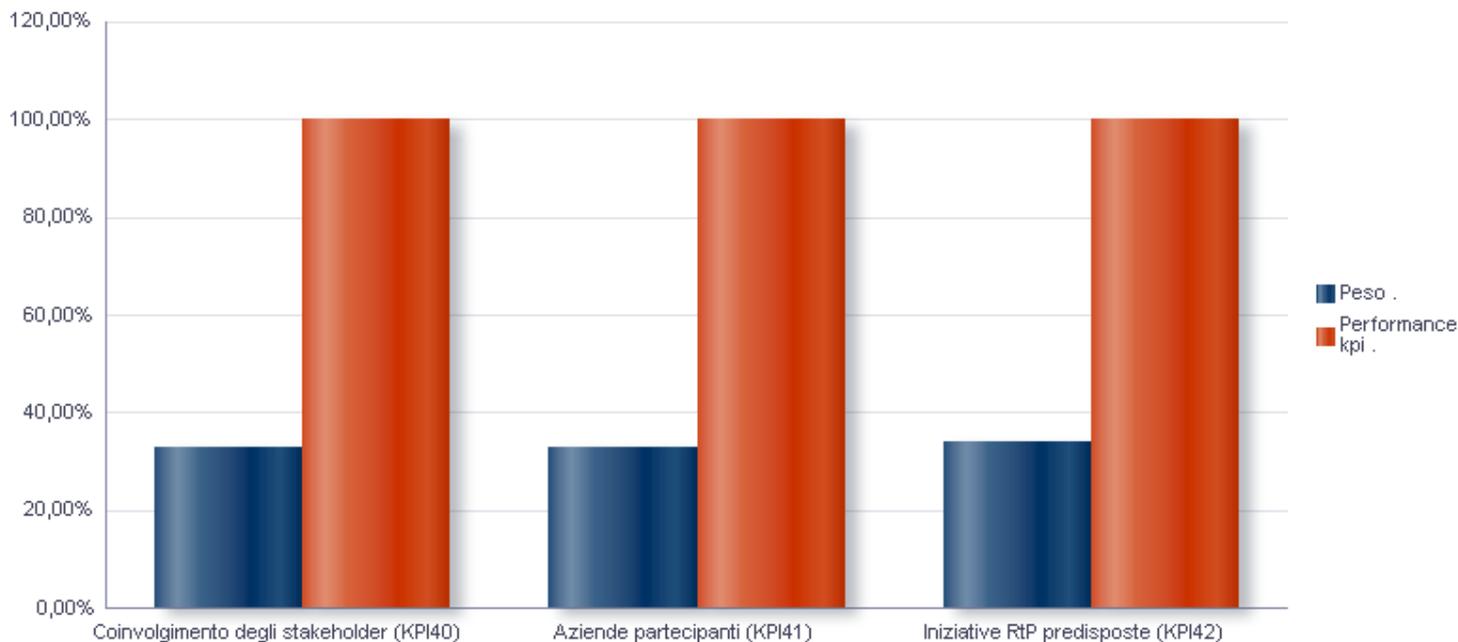




Programma strategico “Tuscany Italian Excellence – Rethinking the product”

Obiettivo: Stimolare ed assistere un selezionato gruppo di aziende nella sperimentazione e nell'innovazione di prodotto attraverso l'aggregazione e la contaminazione tra diversi settori e la ricerca di diverse destinazioni d'uso.

Realizzazione: Selezione di **60 aziende**, tra le 100 circa che hanno manifestato interesse per il progetto, che hanno realizzato i **47 prototipi** oggetto di test di mercato in occasione della fiera “100% design London”



- Presentazione della Relazione 
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder 
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti 
- Risorse, efficienza ed economicità 
- Pari Opportunità e bilancio di genere 
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance 
- Allegati tecnici





Le attività ed i servizi – “Promozione del territorio all'estero”

Da segnalare:

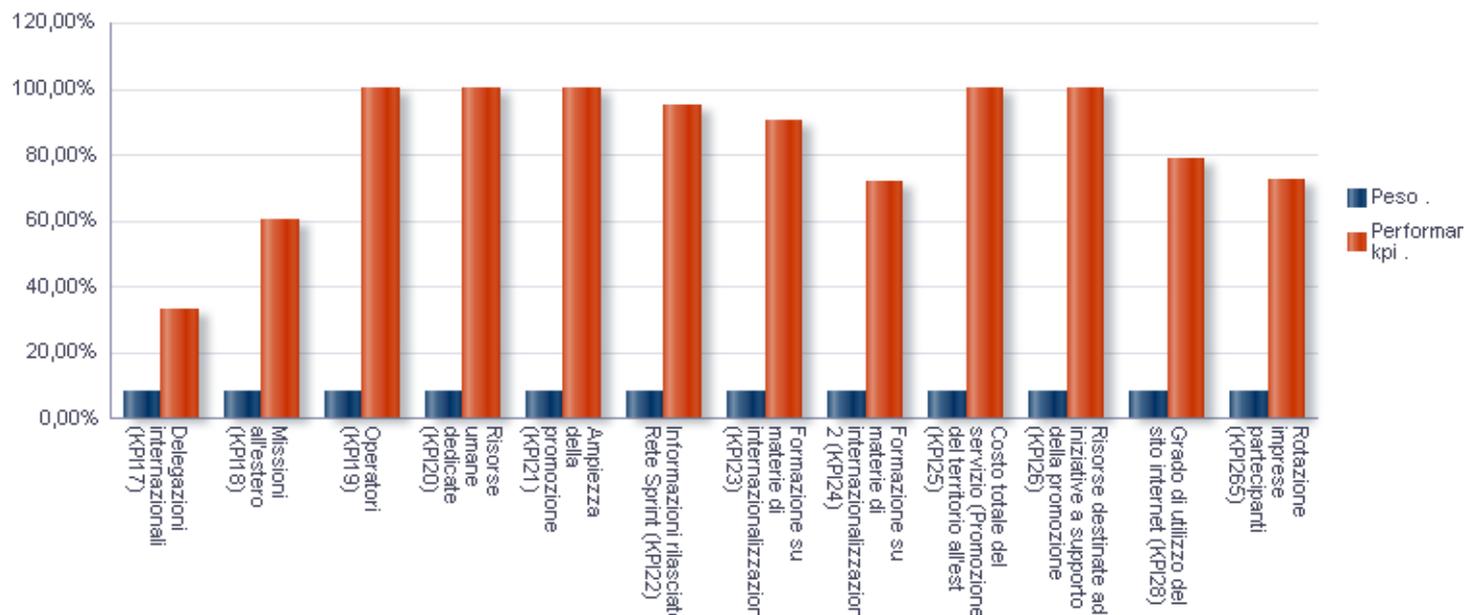
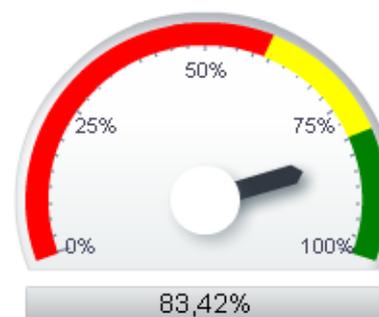
-**Italian Excellence in Moscow: con il Progetto Opera Italia** è stato realizzato uno show room nel centro di Mosca dedicato ad una qualificata selezione

Di prodotti di aziende italiane di gamma;

-**Progetto Filati**, in collaborazione con **Bunka College di Tokyo**.

-**Ciclo di Seminari Sprint – Sportelli Regionali per l'Internazionalizzazione** in collaborazione con **Toscana Promozione e Unioncamere Toscana**

Promozione del territorio all'estero (OO10.)



Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici



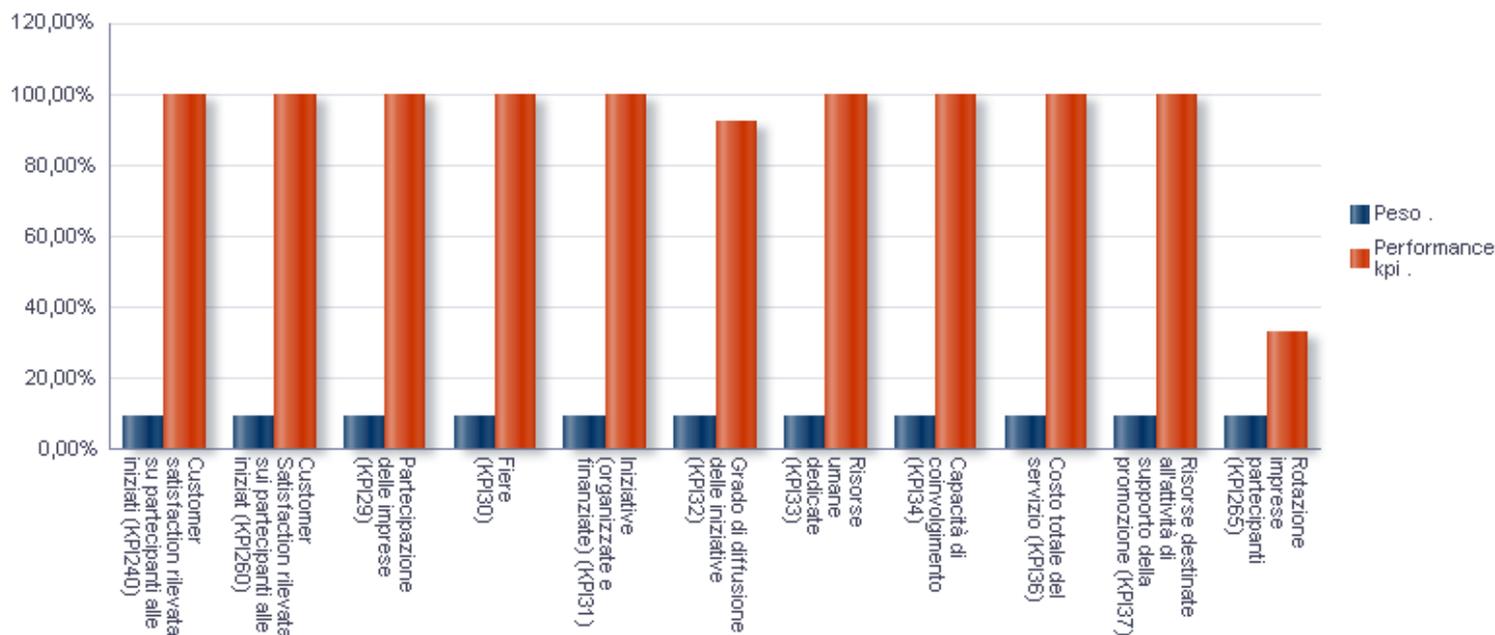


Le attività ed i servizi – “Promozione del territorio in Italia”

Da segnalare: partecipazione a:

- Vinitaly (Verona 25 – 28 marzo)
- SOL (Verona 25 – 28 marzo)
- MACEF – Salone internazionale della casa (Milano 6 – 9 settembre)
- Organizzazione del concorso **Oleum Nostrum**

Promozione del territorio in Italia (OO11)



- Presentazione della Relazione
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
- Risorse, efficienza ed economicità
- Pari Opportunità e bilancio di genere
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
- Allegati tecnici





Area Strategica “Conoscere il sistema socio - economico locale”



		Performance
Area Strategica	Obiettivo Strategico	
Competitività del territorio (AS1.)	Conoscere il sistema socio-economico locale (OS3.)	96,95%

Presentazione della
Relazione



Sintesi delle Informazioni
di interesse per gli
stakeholder



Obiettivi: risultati
raggiunti e scostamenti



Risorse, efficienza
ed economicità



Pari Opportunità e
bilancio di genere



Il processo di redazione
della Relazione sulla
Performance



Allegati tecnici





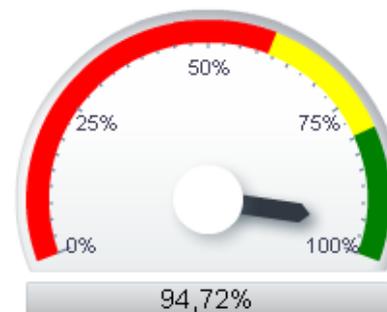
Programma strategico “Animazione territoriale: la Camere per Prato”

Obiettivo: Realizzazione di iniziative sul territorio, sia in spazi camerati che in spazi esterni, per aiutare a far conoscere e comunicare le potenzialità del territorio

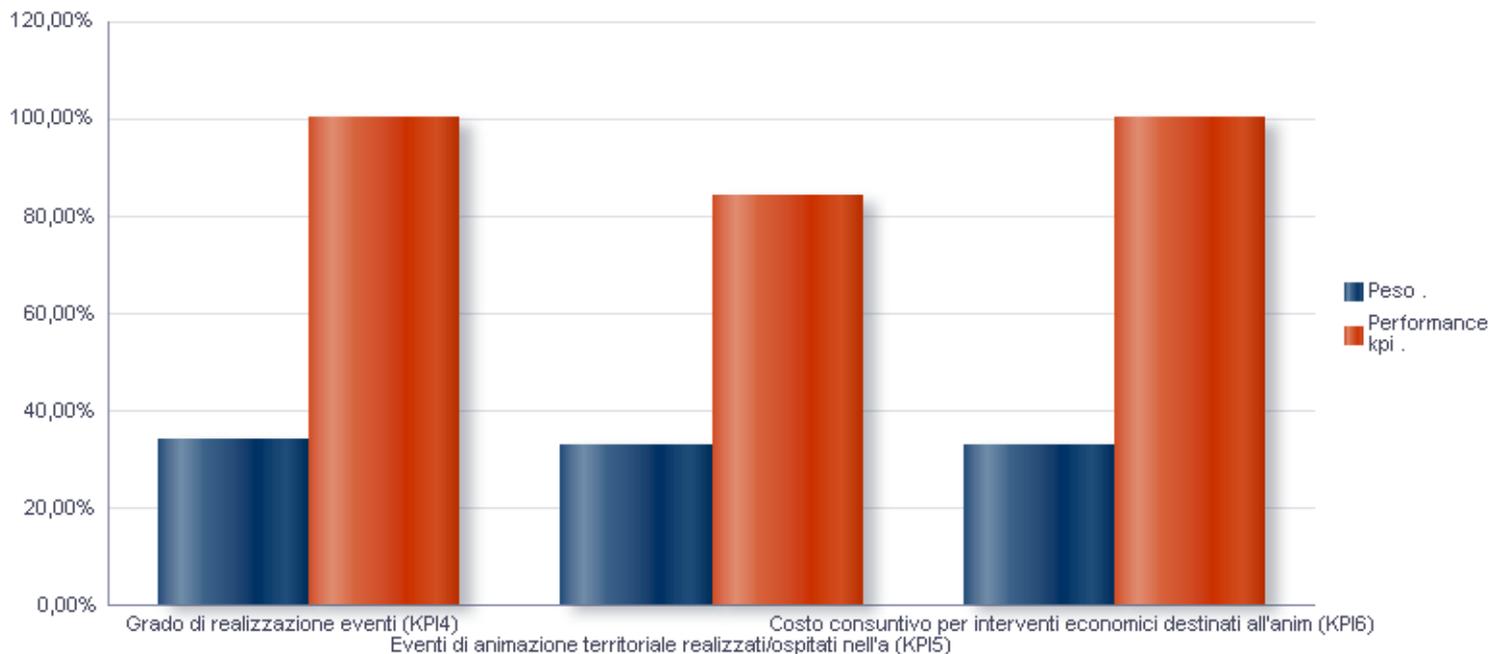
Realizzazione:

- Organizzazione dell'evento inaugurale dell'auditorium “Covey Story – dal Prato al made in Italy”. L'evento ha visto la presenza di **4.000 visitatori** e l'organizzazione di **25 iniziative collaterali**.
- Gestione dello Spazio di Via Rinaldesca per la realizzazione di **4 vetrine promozionali**;
- Organizzazione della Rassegna Cinematografica estiva “Gioventù Precaria”

Animazione territoriale: la Camere per Prato (OOI...



- Critico
- Da seguire con attenzione
- In linea con le aspettative



- Presentazione della Relazione
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
- Risorse, efficienza ed economicità
- Pari Opportunità e bilancio di genere
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
- Allegati tecnici





Programma strategico “Censimento delle imprese e del no profit”

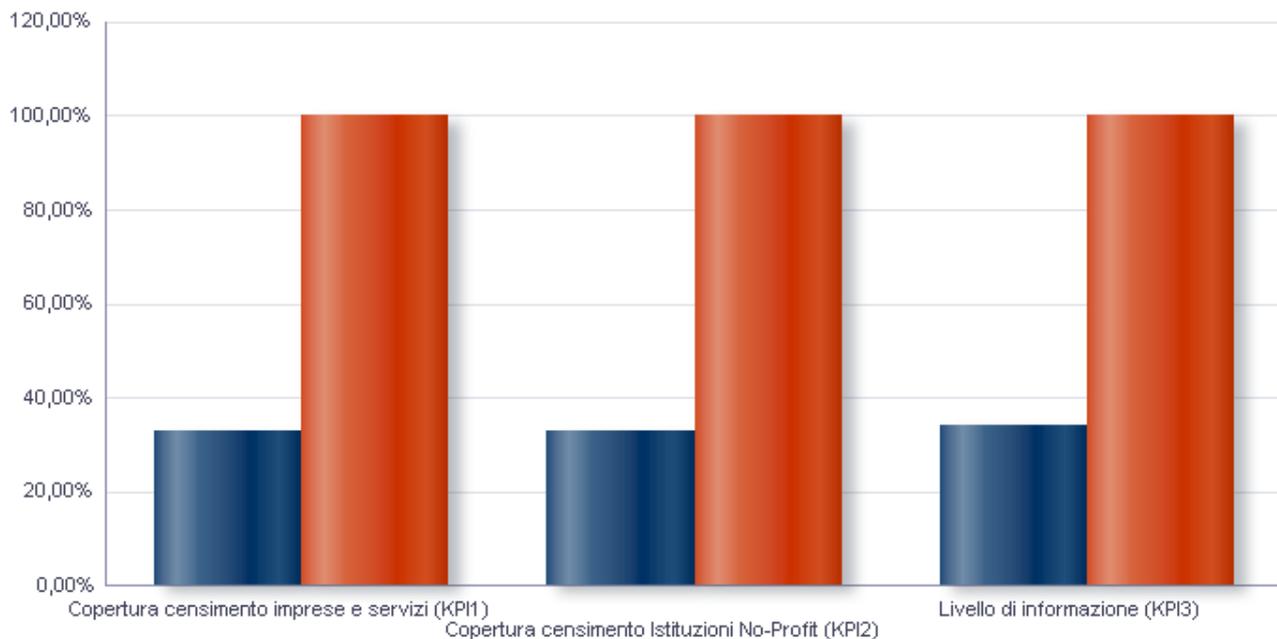
Obiettivo: Realizzazione del Censimento Generale sulle imprese e sulle istituzioni no profit

Realizzazione: La Camera di Commercio ha agito in qualità di Ufficio Provinciale di Censimento (UPC) per il coordinamento e la rilevazione diretta presso le unità oggetto di Monitoraggio.

Censimento delle imprese e del no-profit(0013.)



■ Critico
■ Da seguire con attenzione
■ In linea con le aspettative



- [Presentazione della Relazione](#)
- [Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder](#)
- [Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti](#)
- [Risorse, efficienza ed economicità](#)
- [Pari Opportunità e bilancio di genere](#)
- [Il processo di redazione della Relazione sulla Performance](#)
- [Allegati tecnici](#)



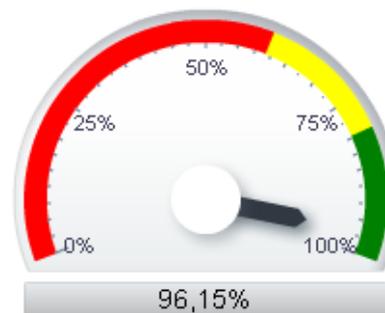


Le attività ed i servizi – “Statistica, prezzi ed informazione economica”

Da segnalare:

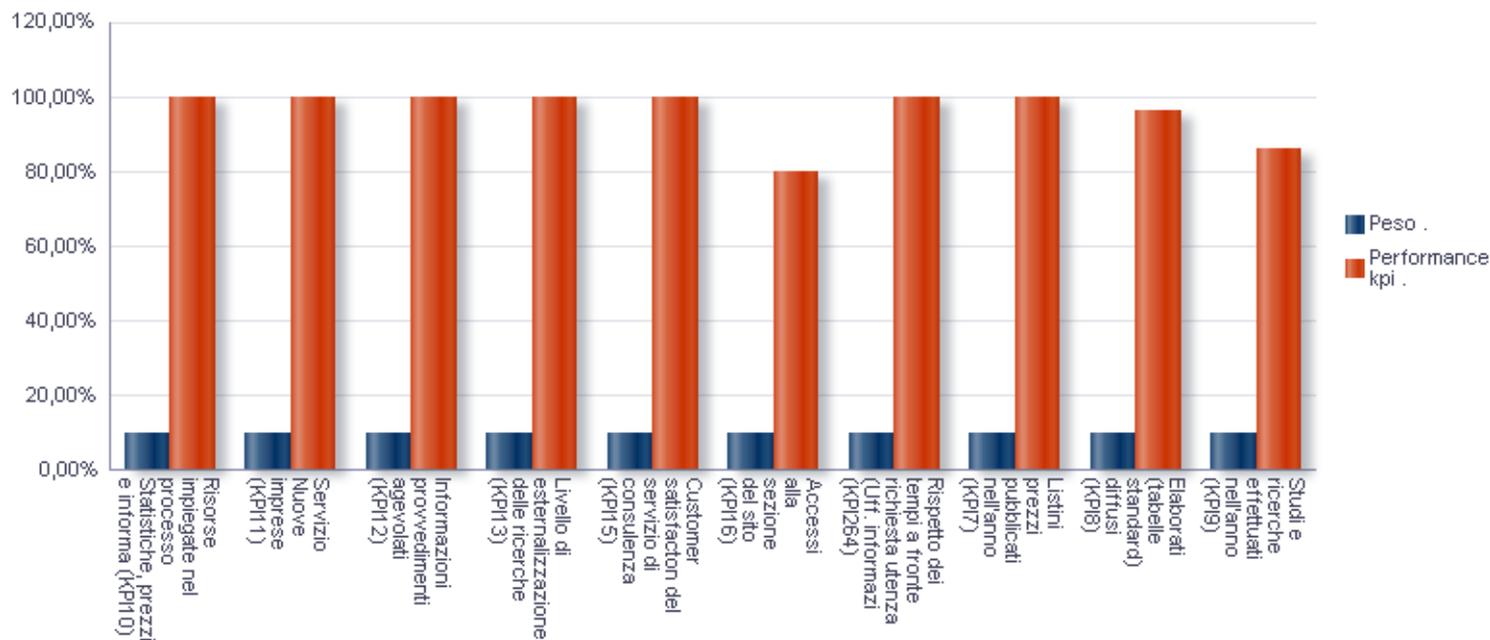
- Elaborazione del Rapporto sulla situazione economica provinciale presentato in occasione della **9° Giornata dell’Economia** realizzata in collaborazione con le consorelle di Firenze e Pistoia
- Realizzazione di due **rilevazioni congiunturali sul settore tessile abbigliamento**
- Rilevazione** annuale sulla consistenza **dell’imprenditoria extracomunitaria** in provincia
- Rilevazioni sul settore tessile manifatturiero** in collaborazione con l’Unione Regionale

Statistica, prezzi e informazione economica (OOI...)



- Critico
- Da seguire con attenzione
- In linea con le aspettative

- Presentazione della Relazione
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
- Risorse, efficienza ed economicità
- Pari Opportunità e bilancio di genere
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
- Allegati tecnici





Area Strategica “Garantire la salute dell’ente camerale”



Area Strategica		Performance
Competitività dell'Ente (AS2.)	Obiettivo Strategico Garantire la salute dell' ente camerale (OS1.)	93,65%

- [Presentazione della Relazione](#)
- [Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder](#)
- [Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti](#)
- [Risorse, efficienza ed economicità](#)
- [Pari Opportunità e bilancio di genere](#)
- [Il processo di redazione della Relazione sulla Performance](#)
- [Allegati tecnici](#)



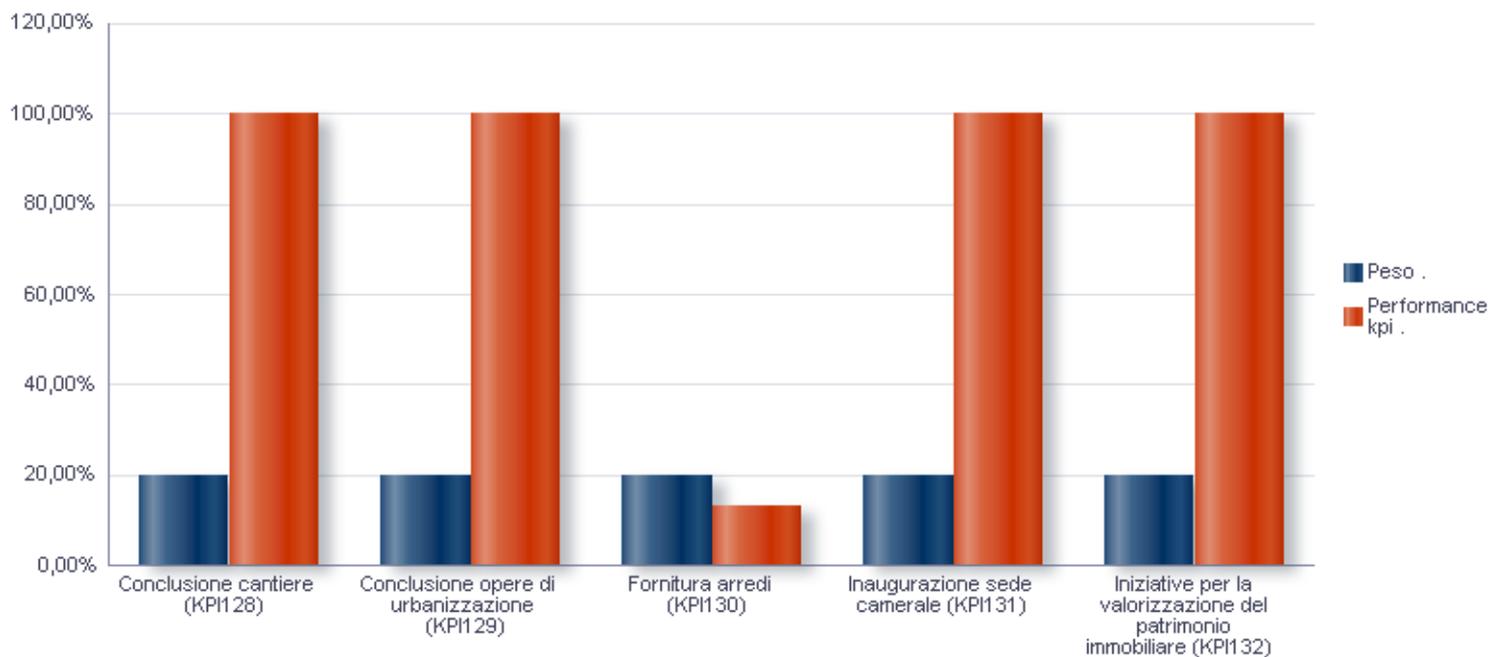


Programma strategico “Nuova sede camerale”

Obiettivo: Realizzazione della nuova sede in Via del Romito 71 – Prato e trasferimento degli Uffici camerali

Realizzazione: Nel 2012 si sono conclusi i lavori per la riqualificazione dell’edificio adibito a sede camerale e dell’area adiacente mediante la realizzazione di un nuovo parco urbano con percorsi pedonali, di una corte giardino e di una nuova piazza pubblica dotata di parcheggio da 10 posti. La nuova sede è all’avanguardia anche da un punto di vista energetico, unico edificio Pubblico in Classe A+ della Toscana.

Nel mese di novembre è stato inoltre inaugurato l’auditorium da 400 posti che ha ospitato la mostra dedicata a Coveri.



- [Presentazione della Relazione](#)
- [Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder](#)
- [Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti](#)
- [Risorse, efficienza ed economicità](#)
- [Pari Opportunità e bilancio di genere](#)
- [Il processo di redazione della Relazione sulla Performance](#)
- [Allegati tecnici](#)



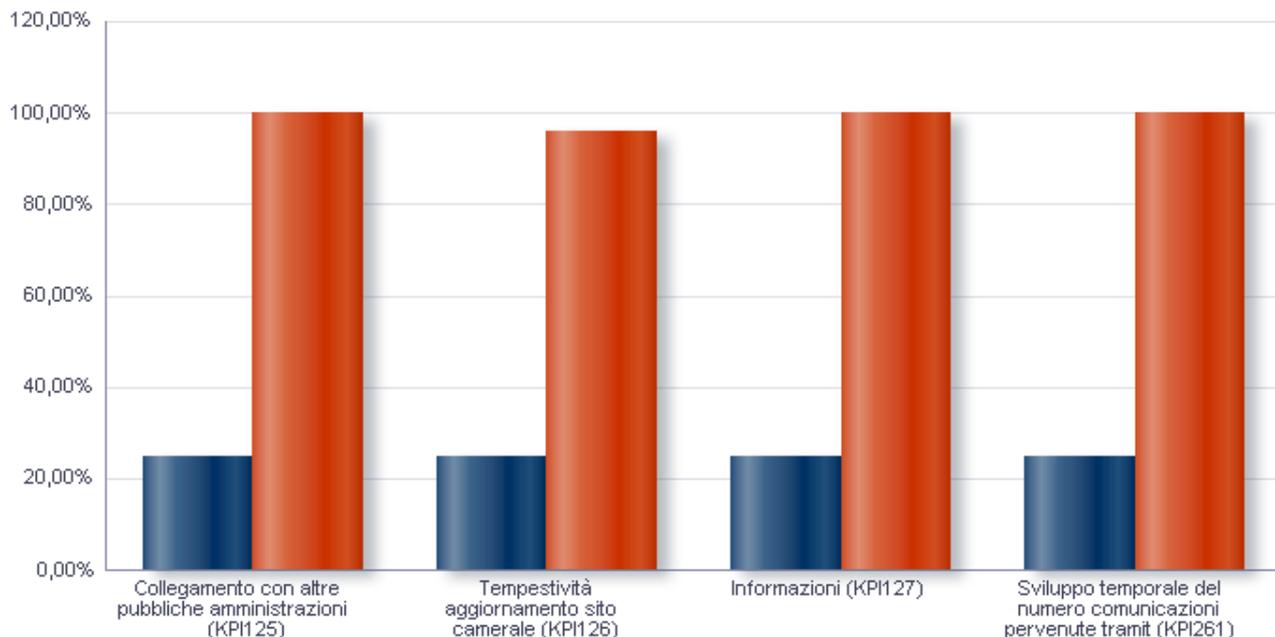


Programma strategico “Semplificazione amministrativa e e-government”

Obiettivo: Ulteriore sviluppo dell’uso di strumenti informatici per la gestione dei rapporti con gli utenti e le altre Pubbliche Amministrazioni

Realizzazione: Gestione dei collegamenti telematici via PEC nei confronti della Cancelleria Fallimentare del Tribunale di Prato (trasmissione decreti), della Procura della Repubblica (consultazione del Casellario Giuduziale), delle Questure (informazioni sulle misure di Prevenzione) e dei Comuni della Provincia (trasmissione di visure e certificati camerali). E’ stata inoltre effettuata un’azione di sensibilizzazione nei confronti di utenti e di corrispondenti camerali abituali per l’utilizzo della casella di posta istituzionale.

Semplificazione amministrativa ed e-government...



- Presentazione della Relazione
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
- Risorse, efficienza ed economicità
- Pari Opportunità e bilancio di genere
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
- Allegati tecnici



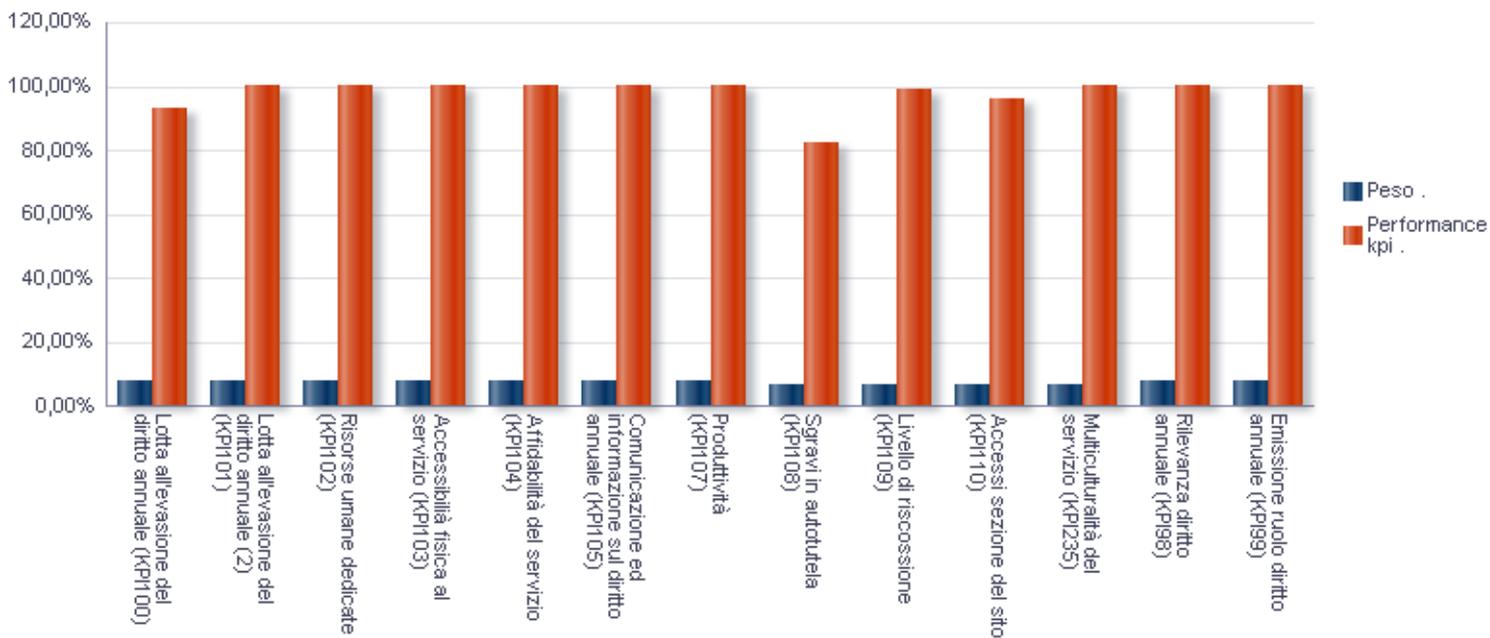
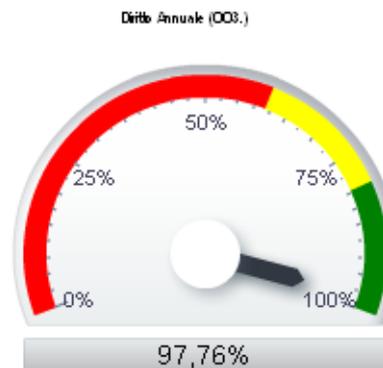


Le attività ed i servizi – “Diritto annuale”

Da segnalare:

- **Applicazione delle novità normative** relative all'esazione ordinaria (imprese esercenti vendita di carburanti, studi settore, circolare MSE su arrotondamenti)

-realizzazione del “**mailing**” informativo



- [Presentazione della Relazione](#)
- [Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder](#)
- [Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti](#)
- [Risorse, efficienza ed economicità](#)
- [Pari Opportunità e bilancio di genere](#)
- [Il processo di redazione della Relazione sulla Performance](#)
- [Allegati tecnici](#)



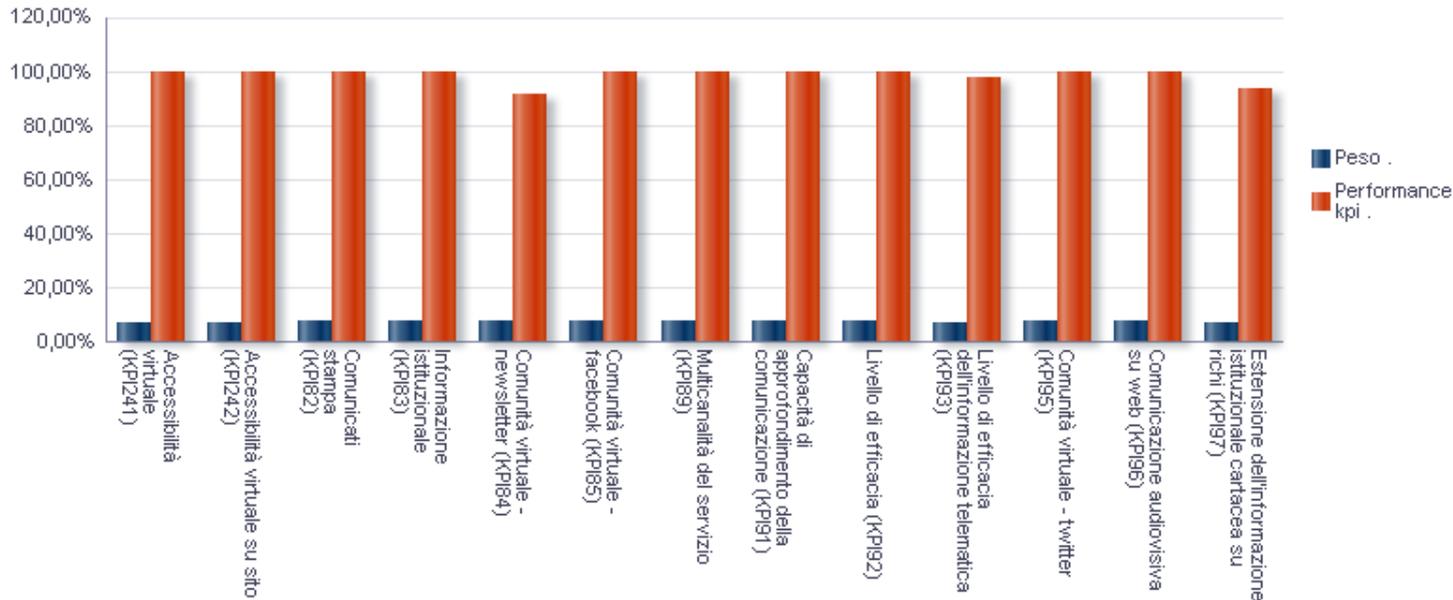


Le attività ed i servizi – “Comunicazione e sito web”

Da segnalare:

Revisione del sito istituzionale www.po.camcom.it con la completa riscrittura in chiave dinamica. Le principali direttive del lavoro di aggiornamento possono essere così sintetizzate:

- Semplificazione delle procedure di aggiornamento
- Consolidamento dei box model utilizzati
- Collegamento del sistema di raccolta dei feed back dell’utenza sul gradimento delle singole pagine ad un data base per agevolare la fase elaborativa
- Potenziamento del canale informativo RSS
- Potenziamento del motore di ricerca Google
- Aggiornamento, revisione ed ampliamento di diverse sezioni del sito



- Presentazione della Relazione
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
- Risorse, efficienza ed economicità
- Pari Opportunità e bilancio di genere
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
- Allegati tecnici



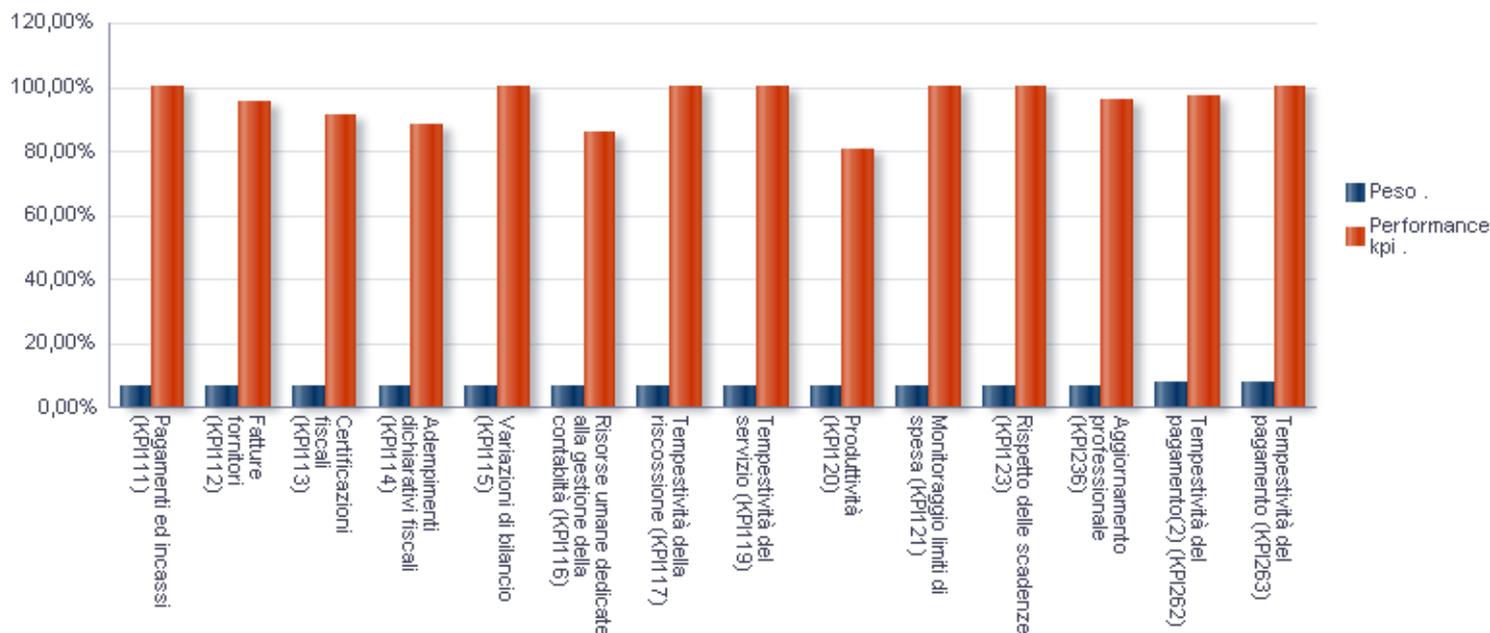
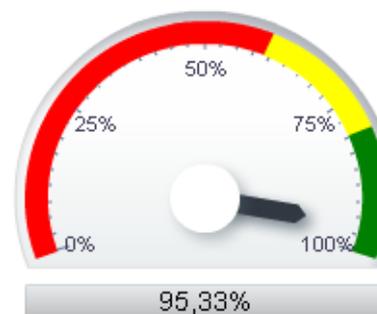


Le attività ed i servizi – “Gestione della contabilità”

Da segnalare:

- Aggiornamento del sistema di pianificazione finanziaria e di sostenibilità degli investimenti in immobilizzazioni materiali e finanziarie
- aggiornamento del programma di contabilità e correlazione tra i conti di bilancio e le voci del SIOPE per garantire il rispetto degli adempimenti previsti dal DM 12.4.2011.
- I tempi di pagamento delle fatture sono stati inferiori ai 30 giorni previsti dalla norma.

Gestione contabilità (005.)



- Presentazione della Relazione
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
- Risorse, efficienza ed economicità
- Pari Opportunità e bilancio di genere
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
- Allegati tecnici





3. Risorse, efficienza ed economicità

Presentazione della
Relazione



Sintesi delle Informazioni
di interesse per gli
stakeholder



Obiettivi: risultati
raggiunti e scostamenti



Risorse, efficienza
ed economicità



Pari Opportunità e
bilancio di genere



Il processo di redazione
della Relazione sulla
Performance



Allegati tecnici



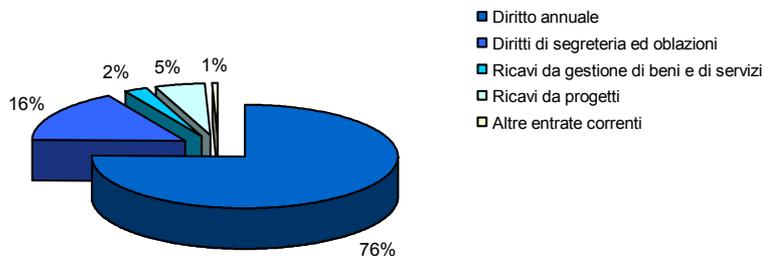


Risorse, efficienza ed economicità – *la gestione corrente*

Bilancio d'esercizio

PROVENTI	2011	2012
Diritto annuale	8.138.589	8.197.503
Diritti di segreteria ed oblazioni	1.869.333	1.790.495
Ricavi da gestione di beni e di servizi	210.186	257.794
Ricavi da progetti	739.742	582.069
Altre entrate correnti	31.567	62.102

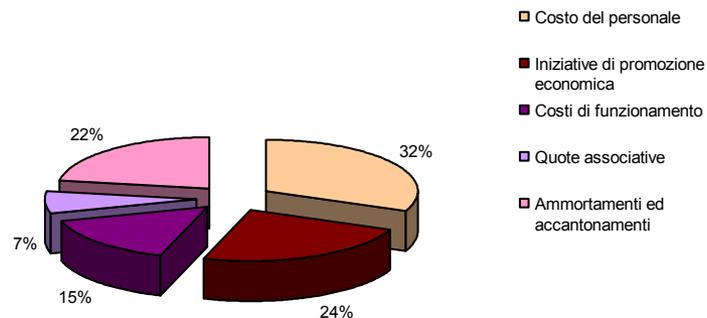
Composizione dei proventi della gestione corrente



Bilancio d'esercizio

ONERI	2011	2012
Costo del personale	3.602.271	3.531.921
Iniziative di promozione economica	2.705.481	2.653.354
Costi di funzionamento	1.888.078	1.738.481
Quote associative	797.798	797.799
Ammortamenti ed accantonamenti	2.153.299	2.513.855
		11.235.410

Composizione degli oneri della gestione corrente



Presentazione della
Relazione

Sintesi delle Informazioni
di interesse per gli
stakeholder

Obiettivi: risultati
raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza
ed economicità

Pari Opportunità e
bilancio di genere

Il processo di redazione
della Relazione sulla
Performance

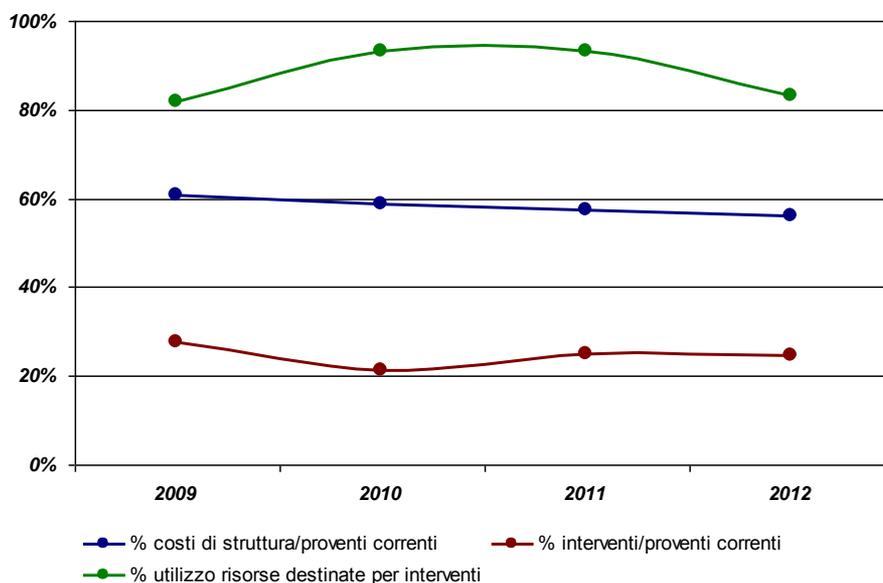
Allegati tecnici





Risorse, efficienza ed economicità – *la gestione corrente*

	2009	2010	2011	2012
Bilancio di esercizio				
Totale proventi correnti	10.462.272	10.736.672	11.001.636	10.884.376
Totale oneri correnti	11.653.253	10.548.489	11.146.928	11.235.411
- oneri per il personale	3.674.189	3.692.822	3.602.271	3.531.921
- oneri di funzionamento	2.662.637	2.580.289	2.685.876	2.536.280
- interventi economici (con quote associative)	2.877.772	2.247.977	2.705.481	2.653.354
% costi di struttura/proventi correnti	60,57%	58,43%	57,16%	55,75%
% interventi/proventi correnti	27,51%	20,94%	24,59%	24,38%
% utilizzo risorse destinate per interventi	81,46%	92,81%	92,88%	82,87%
% interventi/oneri correnti	24,70%	21,31%	24,27%	23,62%



Presentazione della Relazione



Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder



Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti



Risorse, efficienza ed economicità



Pari Opportunità e bilancio di genere



Il processo di redazione della Relazione sulla Performance



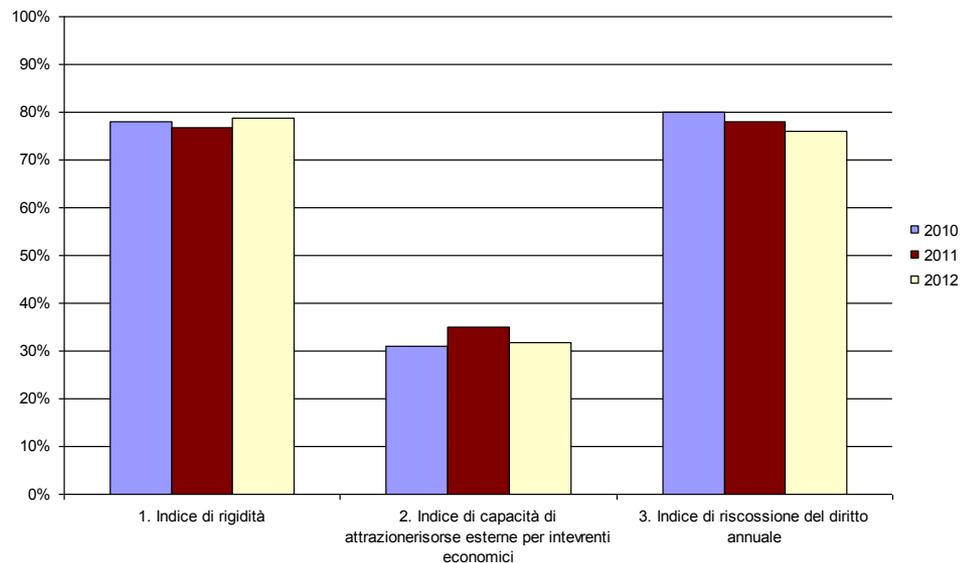
Allegati tecnici





Risorse, efficienza ed economicità

Indice	Composizione	2010	2011	2012
1. Indice di rigidità	Oneri correnti - Interventi economici / Proventi Correnti	78%	77%	79%
2. Indice di capacità di attrazione risorse esterne per interventi economici	Contributi per progetti promozionali + proventi da gestione di beni e servizi riferiti ad attività promozionale / Costo per le iniziative di promozione economica	31%	35%	32%
3. Indice di riscossione del diritto annuale	Importo totale risposizioni spontanee del Diritto Annuale anno 2011 / Dovuto per Diritto Annuale anno 2011	80%	78%	76%



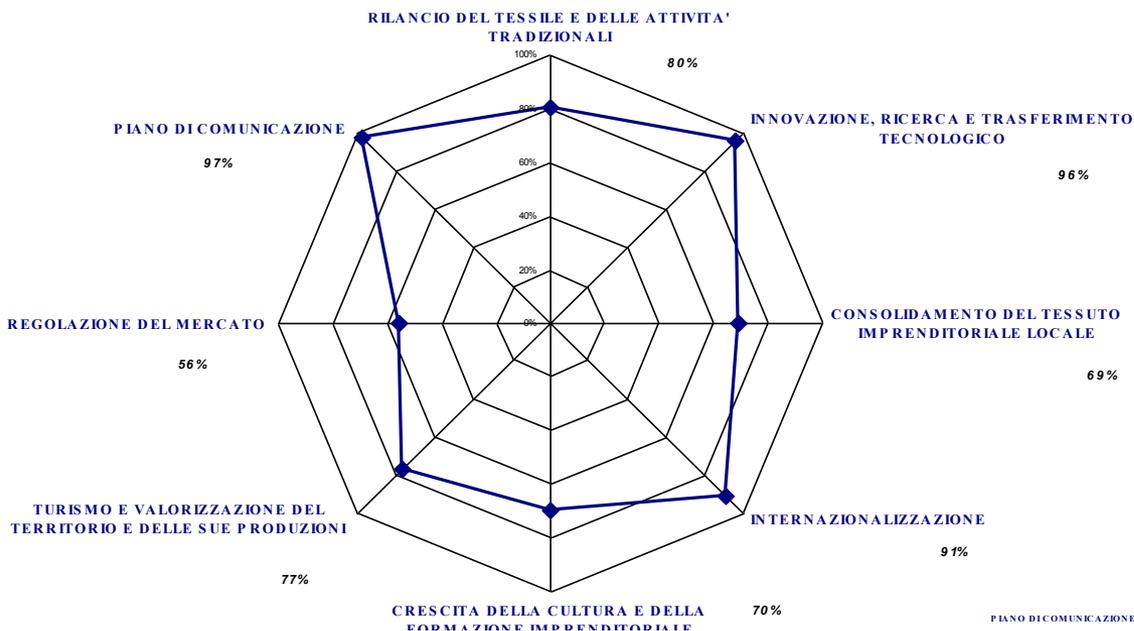
- [Presentazione della Relazione](#)
- [Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder](#)
- [Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti](#)
- [Risorse, efficienza ed economicità](#)
- [Pari Opportunità e bilancio di genere](#)
- [Il processo di redazione della Relazione sulla Performance](#)
- [Allegati tecnici](#)



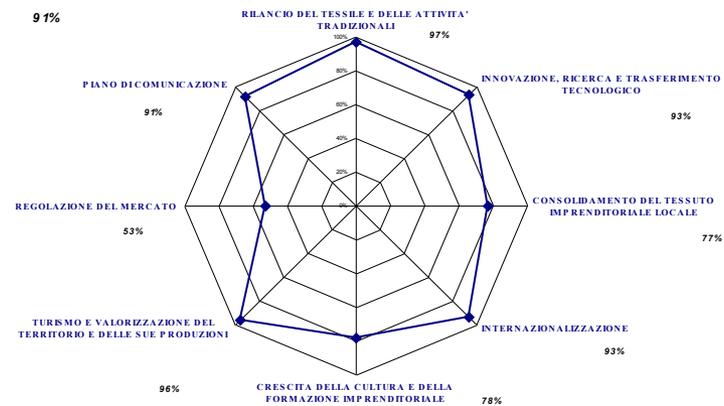


Risorse, efficienza ed economicità – Utilizzo risorse per settore di intervento

ANNO 2012



ANNO 2011



Presentazione della Relazione



Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder



Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti



Risorse, efficienza ed economicità



Pari Opportunità e bilancio di genere



Il processo di redazione della Relazione sulla Performance



Allegati tecnici





La dimensione di genere: pari opportunità e bilancio di genere



Presentazione della
Relazione



Sintesi delle Informazioni
di interesse per gli
stakeholder



Obiettivi: risultati
raggiunti e scostamenti



Risorse, efficienza
ed economicità



Pari Opportunità e
bilancio di genere



Il processo di redazione
della Relazione sulla
Performance



Allegati tecnici





3. La dimensione di genere: *il contesto esterno*

Come ogni anno la Camera di Commercio di Prato ha realizzato un'attività di monitoraggio della demografia imprenditoriale

mediante la predisposizione di report statistici a cadenza trimestrale. In particolare sono stati analizzati i profili inerenti

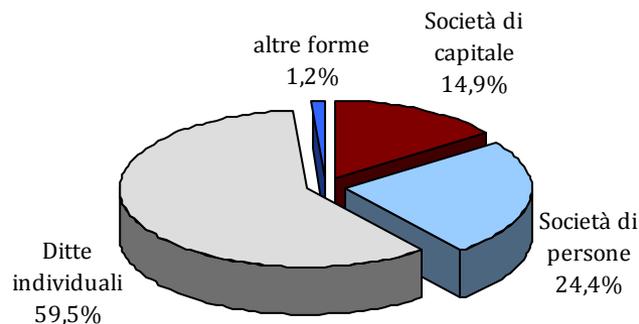
La consistenza, i flussi di iscrizione e cessazione, la composizione per settore a la partecipazione femminile all'attività di impresa

PROVINCIA DI PRATO - Consistenza delle imprese femminili attive, percentuale su totale imprese attive (Anno 2012) e var. % 2012/2011 **Imprenditori e detentori carica per sesso (comp.%) - 2012**

	Totale imprese femm.li attive	% su totale imprese attive	Var.% 2012/2011	Maschi	Femmine
AGRICOLTURA E PESCA	160	28,1	3,2	69,1	30,9
MANIFATTURIERO	2.591	31,7	-0,7	66,7	33,3
<i>Tessili</i>	579	25,5	-2,9	68,4	31,6
<i>Confezioni</i>	1.649	42,0	-0,5	57,1	42,9
COSTRUZIONI	298	6,5	1,7	89,2	10,8
COMMERCIO	1.958	28,4	3,3	69,5	30,5
<i>Grossisti e intermediari</i>	878	25,2	5,9	73,3	26,7
<i>Dettaglio</i>	1.021	36,3	1,0	60,7	39,3
ALBERGHI E RISTORANTI	335	30,6	5,0	61,9	38,1
SERVIZI	2.286	29,7	0,1	65,2	34,8
<i>Trasporti</i>	74	11,7	4,2	84,9	15,1
<i>Attività informatiche</i>	158	31,5	8,2	64,1	35,9
<i>Credito e assicurazioni</i>	140	24,4	2,9	75,2	24,8
<i>Attività immobiliari</i>	756	26,8	-2,1	63,8	36,2
<i>Altre attività di servizi</i>	523	49,7	-0,2	47,2	52,8
<i>Imprese non classificate</i>	6	23,1	-25,0	76,7	23,3
TOTALE	7.634	26,3	1,0	69,8	30,2

FONTE: Elaborazione C.C.I.A.A. di Prato su dati INFOCAMERE 2013

PROVINCIA DI PRATO - Imprese femminili per forma giuridica (2012)



Occupati in complesso e tasso di occupazione (15-64 anni) per sesso Anno 2012 (dati in migliaia e in percentuale)

	Occupati			Tasso di occupazione (15-64 anni)		
	Maschi	Femmine	Maschi e femmine	Maschi	Femmine	Maschi e femmine
Prato	61	46	107	73,3	55,4	64,3
TOSCANA	885	675	1.560	72,6	55,4	63,9
ITALIA	13.441	9.458	22.899	66,5	47,1	56,8

FONTE: Istat - Rilevazione sulle Forze di lavoro

I dati fanno riferimento alla media del 2012

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





3. La dimensione di genere: *il contesto esterno*

INIZIATIVE INTRAPRESE

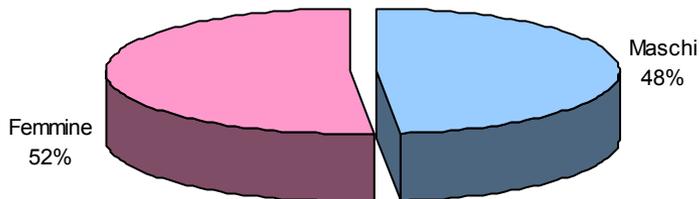
Il Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile, insediato in data 9 giugno 2010, ha riservato particolare attenzione all'analisi della Normativa che prevede agevolazioni a favore delle imprese rosa provvedendo alla promozione dei provvedimenti in essere mediante la pubblicazione di apposite schede sul sito internet della Camera.

Sempre con l'intento di contribuire alla diffusione sul territorio delle varie opportunità esistenti a favore delle imprenditrici e aspiranti tali sono state svolte le seguenti attività:

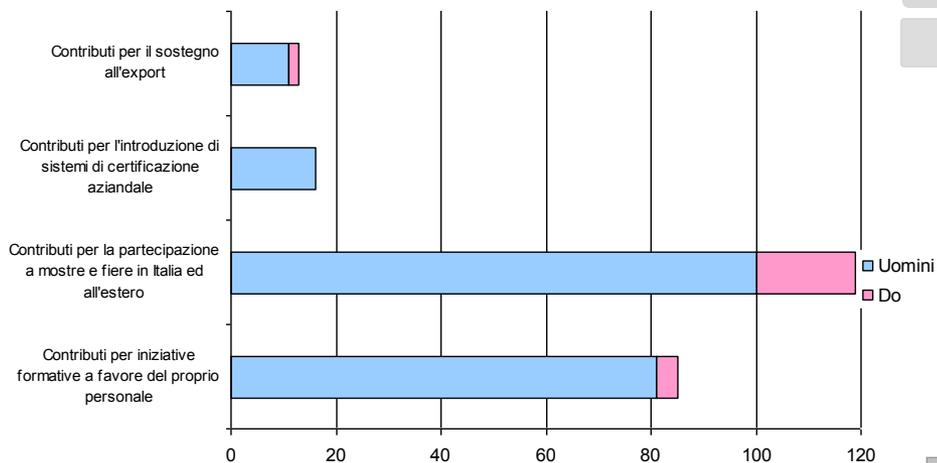
- - Promozione del percorso formativo di mentoring promosso e coordinato da Unioncamere Toscana, denominato "Busy Ness Woman MadreFiglia";
- - Analisi, redazione scheda sito e pubblicizzazione del progetto denominato "Be-Win - Business Entrepreneurship Women in Network", co-finanziato dall'Unione europea e coordinato da Unioncamere Toscana;
- Organizzazione di un seminario sulla nuova Legge regionale 21/2008 "Promozione dell'imprenditoria giovanile, femminile e dei lavoratori già destinatari di ammortizzatori sociali".

- Presentazione della Relazione
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
- Risorse, efficienza ed economicità
- Pari Opportunità e bilancio di genere
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
- Allegati tecnici

PROVINCIA DI PRATO
Popolazione residente per genere



Beneficiari dei contributi camerali per genere





3. La dimensione di genere: *il contesto interno*

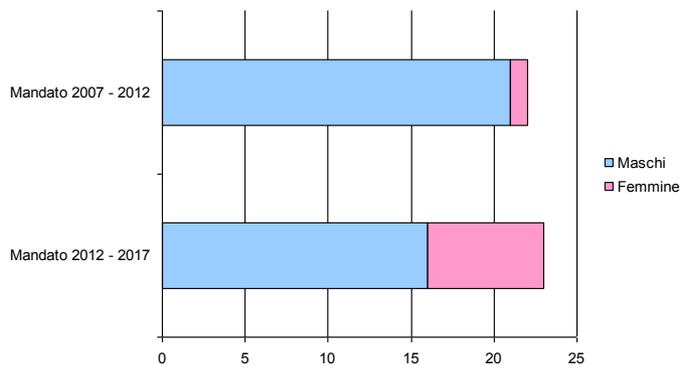
INIZIATIVE INTRAPRESE

Il Comitato Unico di Garanzia per le Pari Opportunità, la valorizzazione del Benessere di chi lavora e contro le discriminazioni, istituito nel settembre 2011 presso la Camera di Commercio ha proseguito la propria attività anche nel 2012. Più nello specifico si è occupato:

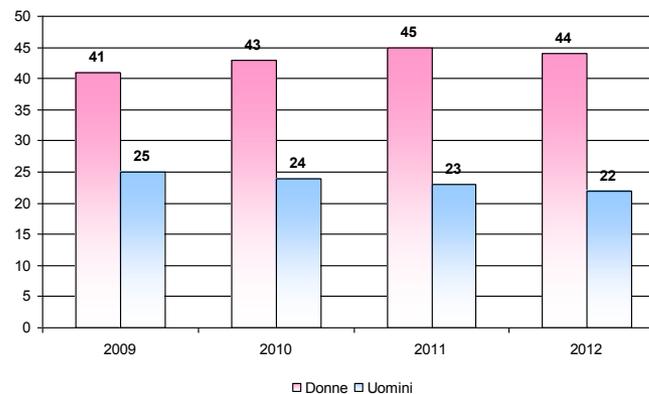
- dell'inserimento, all'interno dell'indagine di Benessere Organizzativo realizzata presso il personale camerale, dell'inserimento di domande inerenti le tematiche delle pari opportunità e della prevenzione delle discriminazioni;
- della realizzazione, di un corso di formazione del personale su tematiche rivolte allo sviluppo della cultura di genere.

Nel 2012 sono inoltre terminate le procedure per il rinnovo degli Organi Camerali. In tale occasione è stata data attuazione a quanto previsto dalla normativa vigente e dallo Statuto Camerale che dispone che "le organizzazioni imprenditoriali o loro raggruppamenti, cui spetta designare complessivamente più di due rappresentanti, individuano almeno un terzo dei rappresentanti di genere diverso da quello degli altri".

Composizione del Consiglio Camerale per genere



Composizione del personale per genere



Presentazione della Relazione



Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder



Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti



Risorse, efficienza ed economicità



Pari Opportunità e bilancio di genere



Il processo di redazione della Relazione sulla Performance



Allegati tecnici





Il processo di redazione della Relazione sulla Performance 2012



Presentazione della
Relazione



Sintesi delle Informazioni
di interesse per gli
stakeholder



Obiettivi: risultati
raggiunti e scostamenti



Risorse, efficienza
ed economicità



Pari Opportunità e
bilancio di genere



Il processo di redazione
della Relazione sulla
Performance



Allegati tecnici





4. Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Fasi, soggetti, tempi e responsabilità

<i>Piano della Performance</i>	MISURAZIONE E VALUTAZIONE PERFORMANCE ORGANIZZATIVA	MISURAZIONE E VALUTAZIONE PERFORMANCE INDIVIDUALE	REDAZIONE DELLA RELAZIONE	<i>Relazione sulla Performance</i>
COSA	CHI	COME	QUANDO (ANNO N)	
Misurazione intermedia dei risultati di performance organizzativa	P.O., Personale, Dirigenti, Responsabile del controllo di gestione	Rilevazione dei dati	ogni Semestre	
Reporting intermedio della performance organizzativa	Responsabile del controllo di gestione	Cruscotto di ente/Report: evidenziazione del grado di raggiungimento degli obiettivi	ogni Semestre	
Valutazione sui risultati intermedi	Responsabile del controllo di gestione, Dirigenti, P.O., Segretario Generale	Colloqui per valutare le cause di eventuali scostamenti rispetto ai risultati attesi	ogni Semestre	
Misurazione intermedia dei risultati di performance individuale	P.O., Personale, Dirigenti, Responsabile del controllo di gestione, OIV	Rilevazione dei dati	ogni Semestre	
Reporting intermedio della performance individuale	Responsabile del controllo di gestione, OIV	Cruscotto di area/Report e Schede Obiettivi/Report: evidenziazione del grado di raggiungimento degli obiettivi	ogni Semestre	
Valutazione sui risultati intermedi	Responsabile del controllo di gestione, Dirigenti, P.O., OIV	Colloqui per valutare le cause di eventuali scostamenti rispetto ai risultati attesi	ogni Semestre	
Aggiornamento del Piano della Performance	S.G., Giunta, Dirigenti, P.O., Responsabile del controllo di gestione	Variazione del Piano della Performance in funzione delle azioni correttive scaturenti dal monitoraggio	In itinere	
Bilancio Consuntivo	Responsabile Ufficio Ragioneria, Responsabile del Controllo di Gestione, Dirigenti, Giunta, Segretario generale	Rilevazione delle risultanze gestionali al 31/12 dell'anno x	Aprile	

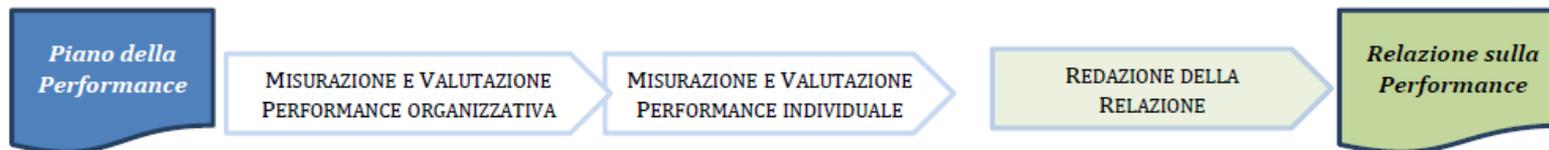
- Presentazione della Relazione
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti
- Risorse, efficienza ed economicità
- Pari Opportunità e bilancio di genere
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance
- Allegati tecnici





4. Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Fasi, soggetti, tempi e responsabilità



COSA	CHI	COME	QUANDO (ANNO N+1)
Definizione della struttura del documento	S.G. Controllo di Gestione Staff Personale	Analisi delle norme e delle delibere CIVIT di riferimento	Feb.
Sistematizzazione delle informazioni derivanti dalle fasi precedenti	Responsabile Controllo di Gestione Staff Personale	Analisi dei documenti e dei dati della pianificazione, monitoraggio e valutazione	Gen. / Feb.
Check-Up	S.G. Controllo di Gestione Staff Personale	Analisi mediante questionario e audit sui documenti	Gen.
Approvazione della Relazione sulla Performance	Giunta	Formalizzazione con propria deliberazione	Apr./Mag.
Validazione della Relazione sulla Performance	OIV	Secondo le modalità previste dalla delibera CIVIT n.6/ 2012	Mag./Giu.
Pubblicazione della Relazione sulla Performance e del Documento di Validazione	Servizi Interni Controllo di gestione Staff Personale OIV	Pubblicazione dei documenti sulla sezione « Trasparenza, valutazione e merito» del sito camerale	Mag./Giu.

- Presentazione della Relazione 
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder 
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti 
- Risorse, efficienza ed economicità 
- Pari Opportunità e bilancio di genere 
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance** 
- Allegati tecnici





4 Punti di forza e di debolezza del ciclo di gestione della performance

La Camera di Commercio di Prato, nel rispetto del principio di miglioramento continuo dei Sistemi di Misurazione e Valutazione, che a loro volta garantiscono l'evoluzione nel tempo dei livelli di performance raggiunti, adotta un modello di **Check-up** che consente di rilevare il grado di attuazione delle metodologie in essere e del relativo livello di rispetto dei principi e requisiti previsti dalla normativa (D.Lgs. 150/2009, Delibera CIVIT 104/2010, Linee Guida Unioncamere Nazionale).

In tal senso, il modello di Check-Up:

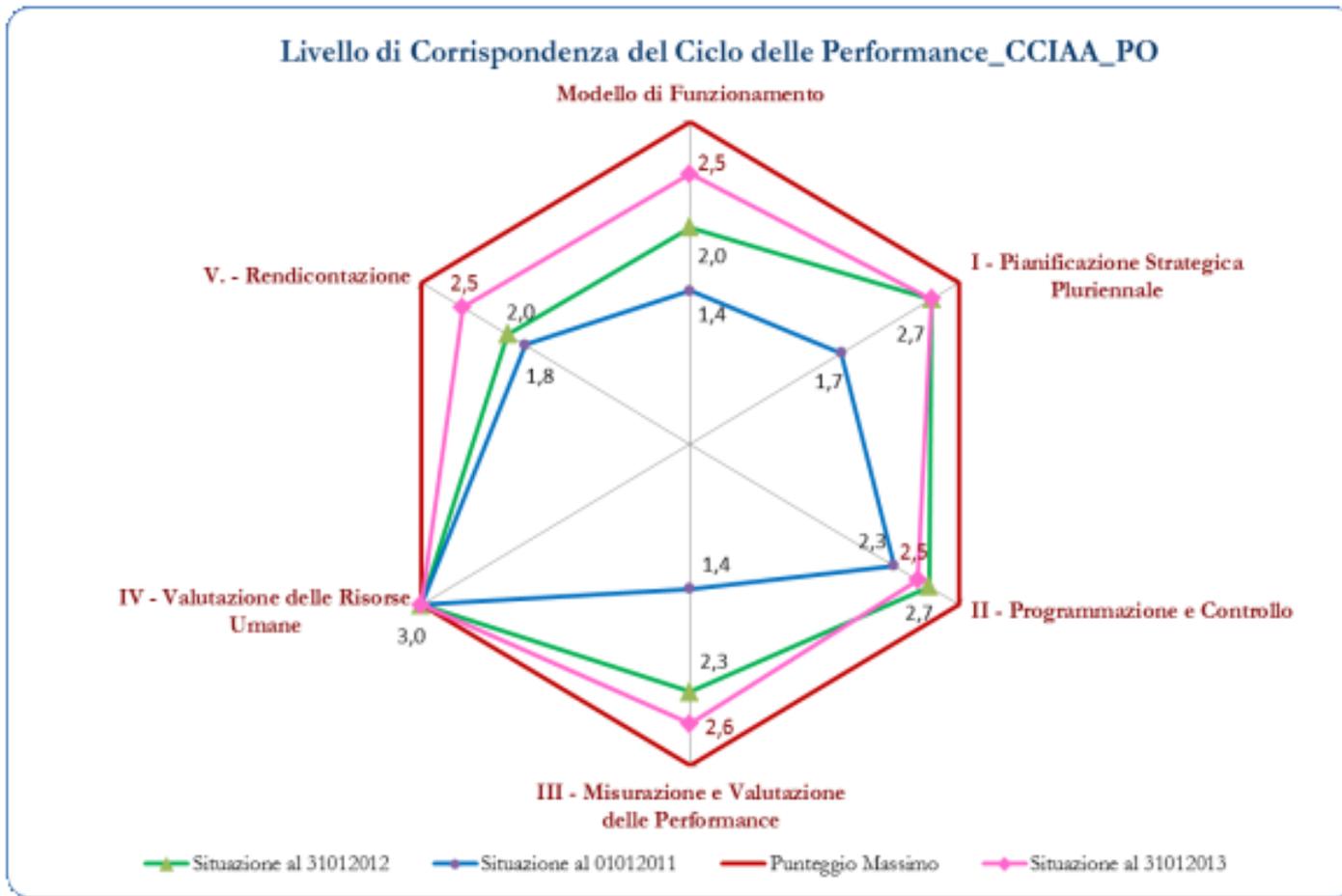
- ✓ costituisce un sistema di diagnosi idoneo a valutare lo stato di salute/efficacia dei Sistemi di Misurazione e Valutazione in essere nelle Camera di Commercio (estendendo la valutazione all'intero Ciclo della Performance)
- ✓ garantisce la produzione di un flusso informativo come punto di partenza per l'implementazione di un Piano di miglioramento dei sistemi al fine di garantire una piena rispondenza al modello di riferimento (che trova attuazione nel Piano della performance)
- ✓ si presenta come modello flessibile in grado di recepire nel tempo eventuali cambiamenti istituzionali- organizzativi a seconda delle esigenze strategico - gestionali
- ✓ fornire ad un vero e proprio modello di monitoraggio del Sistemi in essere per attività di Audit.

Presentazione della Relazione	▶
Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder	▶
Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti	▶
Risorse, efficienza ed economicità	▶
Pari Opportunità e bilancio di genere	▶
Il processo di redazione della Relazione sulla Performance	▶
Allegati tecnici	





4. Punti di forza e di debolezza del ciclo di gestione della performance



- Presentazione della Relazione ▶
- Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder ▶
- Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti ▶
- Risorse, efficienza ed economicità ▶
- Pari Opportunità e bilancio di genere ▶
- Il processo di redazione della Relazione sulla Performance ▶
- Allegati tecnici





Allegati tecnici: Schede obiettivo con dettaglio indicatori





Indicatori d'impatto: Regolare e tutelare il mercato

Area strategica	Regolare e tutelare il mercato					
Indicatore di livello	Indicatore	Formula		Dato 2012	Scenario triennio	
	Riduzione irregolarità e contenzioso nel comportamento delle imprese	$n. \text{ irregolarità riscontrate} / n. \text{ controlli effettuati}$	%	13%	18% - 20%	
Descrizione scenario atteso nel triennio	Nel corso del 2011 l'attività ispettiva è stata gestita in task force con Ministero e UIC, per il prossimo triennio 2012-2014 si prevede una prosecuzione dell'attività ispettiva attivando tutti gli strumenti di controllo riconosciuti dall'ordinamento vigente allo scopo di colpire, e dunque scoraggiare, comportamenti potenzialmente dannosi per il cittadino, salvaguardando interessi collettivi rilevanti, quali, ad esempio, la pubblicità delle imprese, la correttezza commerciale e in generale la verifica del rispetto delle normative sul commercio, la sicurezza dei prodotti etc. In considerazione di tutta l'attività sanzionatoria conseguente a quella delle ispezioni, l'ente si impegna a mantenere un volume annuale di controlli che non scenda al di sotto del 30% rispetto al 2011. Per quanto concerne l'ADR, le recenti novità normative hanno radicalmente mutato il quadro di riferimento, attribuendo alle Camere di Commercio nuove e importanti funzioni in materia di mediazione finalizzata alla conciliazione. L'ente si impegna pertanto a mantenere un elevato standard qualitativo nel servizio offerto, pure in presenza di un non trascurabile impatto quantitativo su					
Indicatori	Indicatore	Formula		Dato 2012	Scenario triennio	Performance
	Andamento attività ispettiva	$n. \text{ prodotti controllati}$	n	1091	-30%	
	Andamento ADR (mediazione e arbitrato)	$(n. \text{ casi anno } x - n. \text{ casi anno } x-1) / n. \text{ casi anno } x-1$	%	-59%	200%	
Principali interazioni	Enti	Ordini professionali, Guardia di finanza, Ministero dello Sviluppo Economico, Unioncamere nazionale, Altre C.C.I.A.A.				

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Indicatori d'impatto: Sostenere le imprese nella competizione

Area strategica	Sostenere le imprese nella competizione					
Indicatore di livello	Indicatore	Formula		Dato 2012	Scenario triennio	
	Valore aggiunto creato per impresa attiva	Valore aggiunto globale lordo su imprese attive	€	251	215/220	
Descrizione scenario atteso nel triennio	Mantenimento del livello di ricchezza distribuita (Valore Aggiunto Globale) per singola impresa attiva con possibilità di oscillazione del 3%-5% in considerazione delle variazioni nelle entrate da diritto annuale essendo questo legato al valore del fatturato e quindi dell'andamento congiunturale.					
Indicatori	Indicatore	Formula		Dato 2012	Scenario triennio	Performance
	Interventi economici per impresa attiva	totale risorse per interventi economici / n. imprese attive (escluse u.l.)	€	91	contenimento della contrazione entro un - 5%	
	Andamento supporto a processi di certificazione	incidenza percentuale delle risorse destinate a contributi per processi di certificazione su totale risorse per interventi economici	%	3%	3% - 5%	
	Andamento imprese finanziate	n. imprese finanziate/n. imprese attive	%	1%	1%-1,2%	
	Supporto penetrazione mercati esteri	n. imprese finanziate in processi di internazionalizzazione/n. imprese finanziate	%	25%	20% - 25%	
Enti	Associazioni di categoria, enti ed organismi del sistema camerale, Ministero dello Sviluppo Economico					

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Indicatori d'impatto: Valorizzare il territorio

Area strategica	Valorizzare il territorio in Italia e all'estero					
Indicatore di livello	Indicatore	Formula		2012	Scenario triennio	
	Capacità di attrazione delle imprese	n. nuove imprese estere presenti sul territorio / N. nuove imprese presenti sul territorio	%	51%	45%-50%	
Descrizione scenario atteso nel triennio	La Camera di Commercio, sempre alla ricerca di nuovi sbocchi per le attività di tipo commerciale, economico e produttivo, ogni anno prende parte ad una serie di progetti a supporto dei processi di penetrazione delle imprese nei confronti dei mercati stranieri e porta avanti iniziative legate al tema dell'internazionalizzazione, accompagnata da una selezione di imprese. Parallelamente fornisce tutte le informazioni per lo stimolo di nascita di nuove imprese straniere sul territorio pratese.					
Indicatori	Indicatore	Formula		Dato 2012	Scenario triennio	Performance
	Presenza internazionale	N. eventi all'estero cui partecipa la CCIAA per anno	n.	4	8-12	☹️
	Incoming e delegazioni estere	N. iniziative realizzate	n.	1	2/ 3 all'anno	☹️
	Realizzazione iniziative in sinergia con enti/istituzioni di livello regionale/nazionale	N. eventi realizzati	n.	3	2/4 l'anno	😊
Principali interazioni istituzionali	Enti	Associazioni di categoria, enti ed organismi del sistema camerale, Ministero dello Sviluppo Economico, ICE				

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





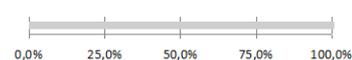
Programma strategico – Corporate Social Responsibility

Area strategica **Regolare e tutelare il mercato**

Programma **Responsabilità Sociale d'Impresa (o Corporate Social Responsibility, CSR)**

Indicatore di avanzamento

Indicatore	Formula		2012	Target
Livello di informazione	n. iscritti alla mailing list (sportello CSR on-line)	n.	142	70



Descrizione

Per Responsabilità Sociale d'Impresa (o Corporate Social Responsibility, CSR) si intende l'integrazione di preoccupazioni di natura etica all'interno della visione strategica d'impresa: è una manifestazione della volontà delle grandi, piccole e medie imprese di gestire efficacemente le problematiche d'impatto sociale ed etico al loro interno e nelle zone di attività. La Camera promuove la Corporate Social Responsibility con specifiche iniziative di informazione / formazione concordate con il sistema associativo. A questo proposito si evidenzia come lo sportello CSR, operativo dal settembre 2009, si sia posto come principale obiettivo quello di stringere contatti, non necessariamente formalizzati in accordi o collaborazioni, con i principali soggetti che a livello locale, regionale e nazionale operano nel campo della CSR. Oltre agli Enti (in primis la Provincia) e alle associazioni di categoria (soprattutto UIP e Confartigianato) presenti sul territorio pratese, si pone l'accento in particolare sui rapporti con Fabbrica Ethica di Regione Toscana, S.Anna di Pisa, consorzio SA.RETE, Manitese, Unioncamere nazionale, sportello CSR del Centro produttività veneto e di Unioncamere Piemonte, Università di Firenze, network Acquisti verdi e rete smarketing.

Si segnala altresì che con l'avvio del progetto IMAGINE, Provincia, Comune di Prato e Unione Industriale Pratese hanno ripreso il discorso già avviato nel 2003 e finalizzato alla sperimentazione dello schema di applicazione EMAS nel distretto di Prato.

Il primo step di questo percorso, che porterà ad ottenere il riconoscimento EMAS per gli "ambiti produttivi omogenei"; è stato la ricostituzione di un soggetto coordinatore capace di riunire allo stesso tavolo i rappresentanti di interessi collettivi del territorio ai fine di supervisionare e validare tutte le attività previste per l'ottenimento di questo prestigioso riconoscimento.

A giugno 2010 il Responsabile dello sportello CSR è stato individuato quale componente del Comitato promotore del progetto IMAGINE in rappresentanza della Camera di Commercio di Prato.

Fasi

Fase	2012	2013	2014
Attività propedeutica all'avvio del progetto	▲		
Coinvolgimento attori rilevanti	▲	▲	
Promozione del progetto	▲	▲	▲
Iniziative di formazione concordate con il sistema associativo	▲	▲	▲
Progetto EMMAS di distretto	▲		

Indicatori

Indicatore	Formula		2012	Target 2012	2013	2014	Performance
Livello di informazione	n. iscritti alla mailing list (sportello CSR on-line)	n.	142	50	60	70	100%
Livello di informazione	n. aziende inserite alla mailing list generale (contatti Database camerale)	n.	586	500	550	600	100%
Iniziative CSR	n. iniziative (seminari)	n.	3	3	2	2	100%
Livello di diffusione di pratiche di CSR	n. certificazioni	n.	705	700	730	760	100%

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





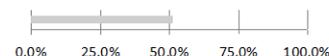
Programma strategico – ADR organismo di mediazione

Area strategica Regolare e tutelare il mercato

Programma Strumenti alternativi di risoluzione delle controversie (Organismo di Mediazione)

Indicatore di avanzamento

Indicatore	Formula		2012	Target
Ricorso all'organismo di Mediazione	n. soggetti che ricorrono all'Organismo di Mediazione per risolvere le controversie	n.	154	300



Descrizione Per dare maggior fiducia al mercato, verrà ulteriormente potenziato, con la collaborazione degli ordini professionali e le associazioni di categoria e dei consumatori, l'impegno della Camere di commercio nella promozione di un modello di giustizia civile rapido, efficace e poco costoso, diffondendo la cultura e gli strumenti della giustizia alternativa. L'ADR è destinata ad avere un importante sviluppo negli anni futuri come modello di giustizia civile rapido, efficace e poco costoso e il sistema camerale può fornire un contributo strategico al miglioramento del sistema giudiziario. L'Organismo di Mediazione istituito dalla Camera di Commercio nell'aprile del 2011 sarà impegnato a far fronte della prossima entrata in vigore dell'obbligatorietà della mediazione civile per tutte le materie previste dall'art. 5 del D.Lgs 28/2010, il cui impatto previsto è particolarmente significativo.

Fasi

Fase	2012	2013	2014
Gestione attività	[Timeline bar]		
Recepimento regolamenti ministeriali e adeguamento regolamenti interni	[Timeline bar]		
Formazione continuativa (tirocinio) per i mediatori	[Timeline bar]		
Attivazione collaborazioni con professionisti e associazioni di categoria e dei consumatori per assistenza	[Timeline bar]		
Attività di promozione di un modello di giustizia alternativa e dell'Organismo di Mediazione	[Timeline bar]		

Indicatori

Indicatore	Formula		2012	2012	2013	2014	Performance
Tirocini	n. tirocini effettuati	n.	252	10	20	30	100%
Mediatori	n. mediatori attivi	n.	201	200	200	200	100%
Ricorso all'organismo di Mediazione	n. soggetti che ricorrono all'Organismo di Mediazione per risolvere le controversie	n.	101	50	60	100	100%

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Programma strategico – Credito e reti d'impresa

Area strategica **Sostenere le imprese nella competizione**

Programma **Consolidamento tessuto territoriale : credito e reti di impresa**

Indicatore di avanzamento	Indicatore	Formula		2012	Target	
Scouting	n. imprese identificate	n.		10	12	

Descrizione **Verranno rafforzate le iniziative di raccordo con le associazioni di categoria ed il sistema dei confidi per rispondere alle pressanti esigenze che manifestano le piccole e medie imprese, anche tenendo conto dei principi recentemente introdotti di certificazione degli organismi operanti. Proseguirà anche questo anno la promozione del contratto di rete, formula innovativa per favorire la collaborazione tra le imprese che potranno così superare gli ostacoli derivanti dalla loro dimensione piccola o medio piccola e che per questo incontrano difficoltà ad affrontare da sole i mercati internazionali.**

Fasi	Fase	2012	2013	2014
	Definizione di un piano di azione e avvio attività di scouting	▼		
	Attivazione collaborazioni con associazioni di categoria	▼		
	Attività di informazione e formazione da parte della CCIAA	▶▶	▶▶	▶▶
	Attivazione bando per fondo sviluppo nuove imprese	▶▶	▶▶	▶▶
	Attivazione bandi Confidi	▶▶	▶▶	▶▶
	Realizzazione di iniziative specifiche ad hoc	▼	▼	▼

Indicatori	Indicatore	Formula		2012	Target 2012	2013	2014	Performance
	Ammontare interventi	Risorse complessivamente stanziare	€	850.000	425.000	300.000	300.000	100%
	Scouting	n. imprese identificate	n.	10	10	10	10	100%
	Iniziative	n. iniziative ad hoc realizzate	n.	4	6	5	5	67%
	Soggetti coinvolti	n. soggetti coinvolti nelle iniziative realizzate	n.	25	17	10	10	100%

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Programma strategico – Nuove modalità di comunicazione

Area strategica Sostenere le imprese nella competizione

Programma Sperimentazione di nuove modalità di comunicazione con le imprese

Indicatore di avanzamento	Indicatore	Formula		2012	Target	
	Grado di diffusione dell'applicazione WEB	n. soggetti che utilizzano l'applicazione WEB	n.	10	150	

Descrizione Il progetto prende avvio nel 2012: si prevede di attivare la collaborazione con il Massachusetts Institute of Technology per l'attivazione del MIT Mobile Experience Lab, esperienza che si propone di reinventare radicalmente e in modo creativo le connessioni di design tra persone, informazioni e luoghi. L'obiettivo del progetto è anche quello di esplorare come i nuovi media e le moderne tecnologie dell'informazione possano rafforzare e migliorare la comunicazione tra cittadini e pubbliche amministrazioni.

Fasi	Fase	2012	2013	2014
	Attività propedeutica all'avvio del progetto	▼		
	Definizione e progettazione dello MIT Mobile Experience Lab	▶		
	Attività di confronto con le imprese per la progettazione del modello	▶		
	Avvio sperimentazioni	▶		
	Campagna informativa di promozione del progetto	▶		
	Diffusione applicazione WEB nella provincia e avvio a regime del progetto		▶	▶

Indicatori	Indicatore	Formula		2012	Target 2012	2013	2014	Performance
	Livello coinvolgimento delle imprese	n. imprese coinvolte	n.	15	15			100%
	Grado di diffusione dell'applicazione WEB	n. soggetti che utilizzano l'applicazione WEB	n.	10	15	100	150	67%
	Promozione del Programma	n. incontri di promozione e/o formazione realizzati per le imprese	n.	3	2	1	1	100%

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici

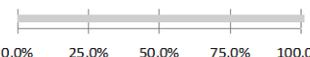




Programma strategico – *Alternanza scuola / lavoro*

Area strategica Sostenere le imprese nella competizione

Programma Progetto alternanza scuola-lavoro

Indicatore di avanzamento	Indicatore	Formula	n.	2012	Target	0,0%	25,0%	50,0%	75,0%	100,0%
				170	40					
Studenti coinvolti	n. studenti coinvolti nel progetto		n.	170	40					

Descrizione Il progetto è stato avviato nel corso del 2011 con un primo coinvolgimento delle scuole e delle associazioni di categoria del territorio. Nel prossimo triennio 2012-2014 l'ente si pone come obiettivi quelli di: realizzare attività di valorizzazione del capitale umano e rafforzamento dei valori delle imprese; sostenere i fenomeni di enterprise creation a partire da quelli che vedono protagonisti i giovani e le donne; promozione di iniziative mirate alla job creation, con progetti di alternanza scuola – lavoro, inteso come rafforzamento delle competenze aziendali necessarie per competere sui mercati nazionali e internazionali.

Fasi	2012	2013	2014
Promozione attività di orientamento per gli insegnanti			
Sperimentazione nuovi moduli formativi per studenti e insegnanti			
Implementazione e avvio dei progetti			
Attività di comunicazione e promozione del progetto tramite i mezzi e canali di informazione dell'ente			

Indicatori	Indicatore	Formula	2012	Target 2012	2013	2014	Performance	
Studenti coinvolti	n. studenti coinvolti nel progetto	n.	160	10	10	10	100%	
Insegnanti coinvolti	n. insegnanti coinvolti nel progetto	n.	5	5	5	5	100%	
Imprese coinvolte	n. imprese coinvolte nel progetto	n.	100	70	70	70	100%	
Diversificazione	n. associazioni coinvolte	n.	10	10	10	10	100%	
Promozione	n. iniziative di informazione/promozione	n.	4	4	4	4	100%	

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





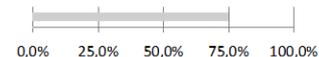
Programma strategico – Prato Distretto Verde

Area strategica **Sostenere le imprese nella competizione**

Programma **Prato Distretto Verde**

Indicatore di avanzamento

Indicatore	Formula		2012	Target
Diffusione marchio Cardato Regenerated CO2 neutral	n. soggetti che utilizzano il marchio Cardato Regenerated CO2 neutral	n.	30	40



Descrizione **Il progetto, avviato alcuni anni fa su impulso della Camera, prevede l'impegno da parte dell'ente di fare di Prato il prototipo di un eco-distretto industriale del tessile attraverso una serie di azioni coordinate per ridurre l'impatto ambientale dei processi produttivi. A questo fine la Camera di Commercio ha creato un marchio, *Cardato Regenerated CO2 neutral*, del quale segue direttamente le attività di gestione e promozione.**

Fasi

Fase	2012	2013	2014
Promozione del marchio Cardato Regenerated CO2 neutral	▶	▶	▶
Gestione del marchio Cardato Regenerated CO2 neutral	▶	▶	▶
Concorso per creativi (prototipi)	▶		

Indicatori

Indicatore	Formula		2012	Target 2012	2013	2014	Performance
Iniziative di formazione	n. eventi di formazione e/o informazione promossi	n.	5	3	2	2	100%
Diffusione marchio Cardato Regenerated CO2 neutral	n. soggetti che utilizzano il marchio Cardato Regenerated CO2 neutral	n.	30	30	35	40	100%
Concorso per creativi	n. partecipanti al concorso per creativi	n.	230	250			92%
Diffusione dell'iniziativa	n. partecipazioni della Camera a fiere e manifestazioni	n.	4	3	3	3	100%

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Programma strategico – Internazionalizzazione RTP

Area strategica Valorizzare il territorio in Italia e all'Estero

Programma Tuscany Italian Excellence - Rethinking the product

Indicatore di avanzamento	Indicatore	Formula		2012	Target	
Aziende partecipanti	n. aziende partecipanti al laboratorio	n.	161	182		

Descrizione La recente ridefinizione dei ruoli tra le istituzioni operanti con l'estero ha determinato nuove funzioni per il sistema camerale. Infatti, nell'ottica di riordino complessivo degli strumenti del settore, le Camere di commercio, attraverso l'Unione nazionale sono chiamate a far parte della cabina di regia delle politiche di internazionalizzazione. *Tuscany Italian Excellence - Rethinking the product* - laboratorio di "innovazione, aggregazione e marketing sui mercati internazionali" – sarà ulteriormente innovato, rispetto agli anni passati, nel contenuto e nelle modalità attuative e inserito nel più ampio contesto della promozione all'estero del distretto pratese come "eco-distretto".

Fasi	2012	2013	2014
Definizione delle nuove competenze della Camera in materia di internazionalizzazione	▼	▼	▼
Ricerca di sinergie all'interno del sistema camerale	▼	▼	▼
Individuazione dei soggetti partecipanti al laboratorio RtP	▼	▼	▼
Ricerca di innovazione nei contenuti e nelle modalità attuative del laboratorio	▼	▼	▼
Rendicontazione periodica dell'attività del laboratorio	▼	▼	▼

Indicatori	Indicatore	Formula		2012	Target 2012	2013	2014	Performance	
Coinvolgimento degli stakeholder	n. soggetti del sistema camerale coinvolti nel progetto	n.	11	7	8	8	100%		
Aziende partecipanti	n. aziende partecipanti al laboratorio	n.	101	40	40	40	100%		
Iniziative RtP predisposte	n. prototipi predisposti	n.	47	25	25	25	100%		

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Programma strategico – Animazione territoriale

Area strategica Valorizzare il territorio in Italia e all'estero

Programma Animazione territoriale: la Camera per Prato

Indicatore di avanzamento

Indicatore	Formula		2012	Target
Grado di realizzazione eventi	eventi realizzati / eventi programmati	%	100%	100%



Descrizione L'animazione territoriale prevede la realizzazione di iniziative sul territorio, sia in spazi camerali che in spazi esterni, per aiutare a far conoscere e comunicare le potenzialità del territorio.

Fasi	Fase	2012	2013	2014
	Pratoreview	Presentazione rivista Pratoreview sul territorio (4 eventi)	▼ ▼ ▼ ▼	▼ ▼ ▼ ▼
	Giornata dell'economia	Un appuntamento annuale per area vasta	▼	▼
	Eventi di settore	Due eventi settoriali all'anno	▼ ▼	▼ ▼
	Spazio Eventi	Utilizzo Spazio Eventi anche da parte di terzi	▶▶▶▶▶▶▶▶	▶▶▶▶▶▶▶▶
	Spazi nuova sede	A partire dal 2013 - utilizzo spazi nova sede	▶▶▶▶▶▶▶▶	▶▶▶▶▶▶▶▶

Indicatori	Indicatore	Formula		2012	Target 2012	2013	2014	Performance
	Grado di realizzazione eventi	eventi realizzati/eventi programmati	%	100%	100%	100%	100%	100%
	Eventi	n. eventi realizzati e/o ospitati	n.	63	75	80	85	84%
	Assorbimento risorse	€ destinati all'animazione territoriale	€	254.756	150.000	100.000	110.000	100%

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Programma strategico – Censimento delle imprese e No-Profit

Area strategica Conoscere il sistema economico locale

Programma Censimento imprese e No-Profit

Indicatore di avanzamento

Indicatore	Formula		2012	Target
Indice di copertura	imprese che hanno restituito il questionario /unità effettive di rilevazione	%	93%	80%



Descrizione

Il Censimento generale sulle imprese e la rilevazione sulle istituzioni no profit sono stati indetti e finanziati con Legge dello Stato e, sul piano operativo, verranno organizzati dall'Istat secondo le prescrizioni contenute nel Piano Generale di Censimento (in corso di approvazione). Alle CCIAA, che agiranno in qualità di Uffici Provinciali di Censimento (UPC), verranno affidati compiti di coordinamento e di rilevazione diretta presso le unità oggetto della rilevazione. Al momento, si stima che per la provincia di Prato le unità di rilevazione saranno 3.622 (1.737 imprese + 1.885 istituzioni no profit). Per lo svolgimento delle operazioni consuare gli UPC dovranno selezionare e nominare i rilevatori e i loro coordinatori, curarne la formazione, fornire assistenza alle unità rispondenti, procedere con la rilevazione (che potrà avvenire per via telematica o direttamente sul campo), revisionare e registrare i questionari pervenuti, trasmettere i risultati all'Istat e rendicontare le attività svolte.

Fasi

Fase	2012	2013	2014
Costituzione Ufficio Provinciale di Censimento	▶		
Selezione e nomina rilevatori e coordinatori	▶		
Organizzazione attività di formazione rilevatori e coordinatori	▶		
Rilevazione sulle imprese	▶		
Rilevazione sulle istituzioni no profit	▶		
Revisione e registrazione questionari pervenuti	▶		
Trasmissione materiale censuario a Istat		▶	
Rendicontazione costi sostenuti		▶	
Diffusione risultati		▶	

Indicatori

Indicatore	Formula		2012	Target 2012	2013	2014	Performance
Indice di copertura censimento imprese e servizi	imprese che hanno restituito il questionario /unità effettive di rilevazione	%	93%	90%	n.d.	n.d.	100% 
Indice di copertura censimento no-profit	imprese che hanno restituito il questionario /unità effettive di rilevazione	%	80%	70%	n.d.	n.d.	100% 
Livello di informazione	n. informazioni fornite alle imprese / n. informazioni richieste	%	100%	100%	n.d.	n.d.	100% 

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Programma strategico – Nuova sede camerale

Area strategica Garantire la salute dell'Ente Camerale

Programma Nuova sede camerale e gestione del patrimonio dell'Ente

Indicatore di avanzamento	Indicatore	Formula	2012	Target
Operatività nuova sede camerale	Stato avanzamento lavori sede e opere di urbanizzazione	%	100%	100%



Descrizione Nei primi mesi dell'anno si concluderanno i lavori per la ristrutturazione dell'edificio destinato ad accogliere la sede camerale mentre le opere esterne (piazza e parcheggi) sulle aree pubbliche saranno concluse entro l'estate. Verrà quindi espletata la gara per la fornitura degli arredi e predisposto e attuato un piano per agevolare il trasferimento degli uffici nei nuovi locali in modo da arrecare il minor disagio possibile all'utenza. In vista dell'inaugurazione della nuova sede camerale, prevista alla fine del 2012, sarà realizzato un calendario di iniziative per far conoscere il nuovo spazio e metterlo a disposizione della città. Verranno inoltre valutate le iniziative che potranno valorizzare il patrimonio immobiliare dell'Ente, tenuto conto del piano strutturale del Comune di Prato nonché delle disposizioni normative per la stabilizzazione finanziaria emanate nel luglio 2011.

Fasi	Fase	2011	2012	2013
	Realizzazione interventi di ristrutturazione (annualità precedenti)			
	Conclusione lavori struttura e oo.uu (parcheggi, piazza e giardino) e collaudo			
	Gara per fornitura arredi nuova sede			
	Allestimento auditorium e uffici			
	Predisposizione Piano per il trasferimento degli uffici e realizzazione trasloco			
	Inaugurazione nuova sede camerale			
	Iniziative per valorizzazione patrimonio immobiliare dell'Ente e utilizzo nuovi spazi sede			

Indicatori	Indicatore	Formula	2012	Target 2012	2013	2014	Performance		
	Conclusione cantiere	Stato Avanzamento Lavori	%	100%	100%	-	-	100%	
	Conclusione opere di urbanizzazione	Stato Avanzamento Lavori	%	100%	100%	-	-	100%	
	Fornitura arredi	n. soggetti partecipanti alla gara per la fornitura degli arredi	n.	4	30	15	-	13%	
	Inaugurazione sede camerale	n. soggetti partecipanti all'inaugurazione della nuova sede camerale	n.	800	400	-	-	100%	
	Iniziative per la valorizzazione del patrimonio immobiliare e animazione auditorium	n. iniziative promosse	n.	15	2	10	14	100%	

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Programma strategico – Semplificazione amministrativa

Area Strategica	Garantire la salute dell'Ente Camerale							
Programma	Semplificazione amministrativa ed e-government							
	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target			
Indicatore di avanzamento	Sviluppo temporale del numero di comunicazioni pervenute tramite posta elettronica ordinaria e certificata	N° comunicazioni pervenute tramite posta elettronica ordinaria e certificata Anno 2012 / N° comunicazioni pervenute tramite posta elettronica ordinaria e certificata Anno 2011	%	38%	50%			
Descrizione	<p>Sotto l'espressione "semplificazione amministrativa" sono comprese tutte le azioni che facilitano il rapporto tra imprese e cittadini e il sistema pubblico. E' noto infatti che l'eccessiva burocratizzazione nelle procedure amministrative e le cattive relazioni tra pubblica amministrazione e soggetti privati, costituiscono un gap fortissimo che frena lo sviluppo del paese e dei sistemi locali.</p> <p>La Camera di commercio è impegnata già da anni sul fronte della semplificazione delle procedure: si tratta quindi di proseguire nella strada tracciata, sviluppando ulteriormente l'informatizzazione, coinvolgendo in maniera più stringente le amministrazioni pubbliche locali sviluppando l'attività di formazione del personale pubblico e dei professionisti, in un contesto normativo che sta subendo fortissime trasformazioni</p>							
Applicazioni	Servizio	Descrizione		2012	2013	2014		
	Attività di formazione del personale e degli operatori economici	Organizzazione di iniziative di formazione sulle novità normative, sulle procedure e sugli applicativi informatici						
	Firma digitale	Proseguimento rilascio dispositivi di firma digitale (CNS e Token Usb)						
	PEC e protocolli informatici	Incremento dell'utilizzo della posta elettronica certificata e non						
	Diffusione canale telematico di comunicazione con imprese e pubbliche amministrazioni (DPCM 22.7.2012)	In attuazione del CAD dal 1/7/2013 uso esclusivo del canale telematico						
	Raccolta delle certificazioni relative alle imprese (art. 9, co. 4 Statuto Imprese)	Inserimento nel REA delle certificazioni relative alle imprese e consultazione delle stesse da parte delle altre pubbliche amministrazioni con accesso telematico gratuito						
	Pubblicazione sul sito camerale dei procedimenti amministrativi e degli adempimenti	Avvio pubblicazione sul sito istituzionale degli adempimenti amministrativi e della documentazione da produrre						
	Informazioni su attività amministrative	Adozione di riferimenti procedurali comuni attraverso la pubblicazione di guide e di procedure condivise con le altre CCIAA della Regione						
Indicatori	Indicatore	Formula		2012	target 2012	2013	2014	Performance
	Sviluppo temporale del numero di comunicazioni pervenute tramite posta elettronica ordinaria e certificata	N° comunicazioni pervenute tramite posta elettronica ordinaria e certificata Anno 2012 / N° comunicazioni pervenute tramite posta elettronica ordinaria e certificata Anno 2011	%	47%	30	40	50	100% 
	Collegamenti con altre pubbliche amministrazioni	n. convenzioni/collegamenti attivati con altre pubbliche amministrazioni	n.	13	13	14	16	100% 
	Tempestività aggiornamento sito camerale	n. accessi del sito per l'ottenimento di informazioni relative ai procedimenti amministrativi	n.	527.767	550.000	600.000	650.000	96% 
	Informazioni	n. informazioni rilasciate	n.	21.262	21.000	21.200	21.500	100% 

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Le attività e i servizi – Registro imprese

Area strategica	Regolare e tutelare il mercato						
Attività/Servizio	Registro imprese					Performance	
Descrizione	<p>Il Registro delle Imprese è l'anagrafe delle imprese: si trovano infatti i dati (costituzione, modifica, cessazione) di tutte le imprese con qualsiasi forma giuridica e settore di attività economica, con sede o unità locali sul territorio provinciale. Presso lo stesso sono depositati annualmente in via telematica i bilanci di esercizio delle società di capitali in formato XBRL per garantirne la più rapida e uniforme accessibilità a livello nazionale. Il Registro delle Imprese fornisce quindi un quadro essenziale della situazione giuridica di ciascuna impresa ed oltre alla primaria funzione di pubblicità, è un archivio fondamentale per l'elaborazione di indicatori di sviluppo economico ed imprenditoriale in ogni area di appartenenza. Il tessuto imprenditoriale pratese è caratterizzato da una sempre maggiore incidenza delle imprese straniere; in questo ambito ormai da alcuni anni è stato attivato il servizio di mediazione culturale in lingua cinese ed araba.</p>						
Customer satisfaction del servizio Registro Imprese	risultato della indagine condotta nel 2011	n.	8,23	prossima rilevazione nel 2013			
Quantità	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance		
	Imprese del territorio	<i>n. imprese registrate (sedi ed unità locali - dato stock al 30/09)</i>	n.	39.692	39.700	100%	
	Nuove imprese (Tasso di natalità)	<i>n. nuove imprese registrate nell'anno</i>	n.	2.521	3.200	79%	
	Cancellazioni (Tasso di mortalità)	<i>n. cancellazioni da Registro imprese</i>	n.	2.422	3.100	78%	
	Deposito Bilanci	<i>n. bilanci depositati</i>	n.	6922	7.300	95%	
	Pratiche gestite	<i>n. modificazioni Registro imprese</i>	n.	20.456	22.000	93%	
	Risorse umane dedicate	<i>Personale (Full Time Equivalent)</i>	n.	13,79	15,00	100%	
Qualità	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance		
	Mediatore culturale	<i>n. ore di presenza annue del mediatore culturale (2 mediatori)</i>	h.	463	410	100%	
	Informazioni allo sportello	<i>n. informazioni rilasciate allo sportello informazioni</i>	n.	2.972	3.850	77%	
	Informazioni via mail	<i>n. e-mail di risposta fornite da sportello informazioni</i>	n.	3.401	2.500	100%	
	Informazioni via telefono	<i>n. contatti telefonici allo sportello informazioni</i>	n.	9.394	12.500	75%	
Efficienza	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance		
	Tempi medi di lavorazione delle pratiche telematiche Registro Imprese	<i>tempi medi di lavorazione delle pratiche telematiche al netto della sospensione</i>	gg	9,5	5	10%	
	Tasso di sospensione delle pratiche Registro Imprese	<i>n. pratiche del Registro Imprese con almeno una gestione correzione nell'anno/n. di pratiche del Registro Imprese evase nell'anno</i>	%	36%	35%	98%	
Efficacia	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance		
	Rispetto dei tempi di evasione	<i>n. di pratiche del Registro Imprese ricevute nell'anno ed evase entro 5 giorni dal loro ricevimento (al netto del periodo di sospensione)/n. di pratiche del Registro Imprese ricevute nell'anno</i>	%	55%	70%	79%	
	Grado di utilizzo del sito internet	<i>n. accessi al sito internet</i>	n.	208.437	300.000	69%	

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Le attività e i servizi – *Certificati, visure, protesti e altri servizi*

Area strategica	Regolare e tutelare il mercato					
Attività/Servizio	Certificati, Visure, Protesti e altri servizi					Performance
Descrizione	<p>Le <i>visure</i> e i <i>certificati</i> sono documenti rilasciati dallo sportello Registro Imprese su richiesta dell'utente; contengono informazioni sulle imprese iscritte presso le Camere di Commercio di tutto il territorio nazionale. Le camere di commercio gestiscono in via informatica il Registro dei Protesti: pubblicano le iscrizioni, ricevono le istanze di cancellazione da parte degli interessati e rilasciano le informazioni tramite visure. Oltre che allo sportello, è possibile richiederli anche attraverso due specifici servizi web. Il Ministero dell'Ambiente ha attribuito specifiche competenze alle Camere di Commercio in materia ambientale, che consistono nella ricezione delle dichiarazioni MUD e nel rilascio dei dispositivi SISTRI.</p> <p>Customer satisfaction del servizio Protesti</p>					
	risultato della indagine condotta nel 2011	n.	7,84	prossima rilevazione nel 2013		
Quantità	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Certificati e visure Registro imprese	<i>n. certificati e visure Registro imprese rilasciati allo sportello</i>	n.	19.314	19.000	100,00% 
	Visure Protesti	<i>n. visure protesti</i>	n.	605	700	86% 
	Pubblicazione protesti	<i>n. protesti pubblicati nel registro</i>	n.	5.366	5.000	100% 
	Cancellazione protesti su istanza	<i>n. protesti cancellati su istanza</i>	n.	221	300	74% 
	Tracciabilità Rifiuti	<i>n. pratiche SISTRI presentate</i>	n.	rinvia l'entrata in vigore della normariva	80	n.d. n.d.
	Dichiarazioni Ambientali	<i>n. pratiche MUD presentate</i>	n.	450	400	100% 
	Risorse umane dedicate	<i>Personale (Full Time Equivalent)</i>	n.	2,3	2,1	90% 
Qualità	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Accessibilità fisica	<i>tot. Visure e certificati RI e protesti / FTE dedicate a ricezione richieste</i>	n.	8.585	9.381	92% 
	Accessibilità fisica	<i>n. ore apertura sportello settimanali</i>	h	22.20	22.20	100% 
Efficienza	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Ottimizzazione dei tempi di pubblicazione/cancellazione Protesti	<i>n. servizi erogati nel rispetto degli standard / n. istanze</i>	%	100%	100%	100% 
	tempo medio di rilascio visure/certificati Registro Imprese	<i>tempo totale sportello R.I. / q.tà certificati+visure R.I.</i>	min.	3,61	3,54	98% 
Efficacia	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Collaborazione con altri soggetti del territorio	<i>n.convenzioni con Associazioni di Categoria per rilascio dispositivi Sistri</i>	n.	rinvia l'entrata in vigore della normariva	5	n.d. n.d.

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Le attività e i servizi – Sanzioni e vigilanza

Area strategica Regolare e tutelare il mercato

Attività/Servizio Sanzioni e vigilanza

Performance

Descrizione

L'ordinamento vigente prevede l'applicazione di sanzioni amministrative a carico di chi viola determinate prescrizioni di legge allo scopo di colpire, e dunque scoraggiare, comportamenti potenzialmente dannosi per il cittadino, salvaguardando interessi collettivi rilevanti, quali, ad esempio, la pubblicità delle imprese, la correttezza commerciale e in generale la verifica del rispetto delle normative sul commercio, la sicurezza dei prodotti etc. L'Ufficio Sanzioni della Camera di Commercio svolge le funzioni sanzionatorie dell'ex U.P.I.C.A., ed è pertanto l'organo che procede all'irrogazione delle sanzioni amministrative in caso di accertata violazione di determinate normative, in materia commerciale e industriale rientranti nella propria competenza, da parte di operatori economici ai quali sia stato contestato o notificato un illecito amministrativo tramite apposito processo verbale (Legge 24/11/1981 n. 689).



Quantità	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Sanzioni irrogate	<i>n. ordinanze sanzionatorie emesse</i>	n.	422	350	100%	
	Ispezioni effettuate	<i>n. ispezioni effettuate</i>	n.	17	17	100%	
	Controllo prodotti	<i>n. prodotti controllati</i>	n.	1091	140	100%	
	Risoluzione contenziosi	<i>n. contenziosi gestiti nell'anno</i>	n.	9	4	100%	
	Risorse umane dedicate	<i>Personale (Full Time Equivalent)</i>	n.	0,6	1,7	100%	

Qualità	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Informazioni etichettatura rilasciate	<i>n. richieste informazioni su corretta etichettatura prodotti</i>	n.	244	200	100%	
	Risoluzione contenziosi	<i>n. annullamenti giudiziali definitivi di ordinanze adottate nel triennio n-1:n-3 / ordinanze adottate nel triennio n-1:n-3</i>	%	0,08%	0,25%	100%	

Efficienza	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Tasso di evasione dei verbali di accertamento	<i>n. verbali di accertamento istruiti nell'anno/n. verbali di accertamento ricevuti nell'anno e residui (non lavorati) dell'ultimo quadriennio (n-4; n-1) dagli organi di vigilanza esterni ed interni</i>	%	88%	60%	100%	
	Volume di attività gestito dal personale addetto	<i>n. ordinanze sanzionatorie emesse nell'anno/personale FTE imputato al servizio</i>	n.	670	202	100%	

Efficacia	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Autotutela	<i>n. azioni di autotutela/n. accertamenti effettuati</i>	n.	0	1	100%	
	Affidabilità del servizio	<i>n. ricorsi su ordinanze irrogate nell'anno</i>	n.	7	2	0%	

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Le attività e i servizi – Tutela del consumatore

Area strategica	Regolare e tutelare il mercato					
Attività/Servizio	Tutela del consumatore					Performance
Descrizione	La Camera di Commercio di Prato, nell'ambito delle più generali funzioni di "Regolazione del Mercato", ha attivato una serie di servizi dedicati ai consumatori, volti a favorire l'ottimizzazione delle scelte di consumo attraverso una maggiore e più completa conoscenza dei diritti e delle opportunità in ogni fase del processo di acquisto. Numerosi sono infatti gli strumenti informativi che l'Ente mette a disposizione del consumatore.					
Customer satisfaction del servizio	risultato della indagine condotta nel 2011	n.	7,84	prossima rilevazione nel 2013		
Quantità	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Manuali del consumatore	numero <i>Manuali del consumatore</i> pubblicati	n.	6	6	100% 
	Guide al consumatore	n. <i>Guide al consumatore</i> + altro materiale on-line disponibile	n.	305	250	100% 
	Contatti Sportello consumatore	n. <i>contatti Sportello consumatore</i>	n.	46	37	100% 
	Procedimenti per clausole vessatorie	n. <i>procedimenti clausole vessatorie avviati</i>	n.	0	5	0% 
	Sportello condominio	n. <i>consulenze Sportello Condominio</i>	n.	46	40	100% 
	Risorse umane dedicate	<i>Personale (Full Time Equivalent)</i>	n.	1,0	1,0	98% 
Qualità	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Informazione e aggiornamenti	<i>Sportello Consumatore</i> : n. totale iscritti alla newsletter	n.	208	170	100% 
	Consulente sportello condominio	<i>Sportello Condominio</i> : periodicità presenza consulente al mese	n.	2	2	100% 
Efficienza	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Ottimizzazione tempi	<i>Sportello Consumatori</i> : tempo medio rilascio informazioni allo sportello	gg	1	1	100% 
Efficacia	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Efficacia del servizio	n. <i>pareri</i> / n. <i>procedimenti avviati su clausole vessatorie</i>	%	n.v.	100%	
	Grado di utilizzo del sito internet	n. <i>accessi alla sezione "Servizi al consumatore" del sito internet</i>	n.	19.287	13.000	100% 

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Le attività e i servizi – Brevetti e marchi

Area strategica	Sostenere le imprese nella competizione					
Attività/Servizio	Brevetti e marchi					Performance
Descrizione	<p>La tutela della proprietà industriale (ovvero l'insieme dei principi giuridici che tutelano le opere dell'ingegno umano) è attribuita per legge all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (U.I.B.M.) costituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico, al quale compete il rilascio dei brevetti e delle registrazioni, previo esame delle relative domande. A livello provinciale, presso la Camera di Commercio di Prato, è istituito l'Ufficio Marchi e Brevetti, che fornisce tutta la modulistica e le istruzioni necessarie per la compilazione ed il deposito delle domande di registrazione per marchi di impresa nazionali ed internazionali, di brevetto per invenzioni industriali e modelli di utilità, nonché di registrazione per i disegni e modelli. L'Ufficio è altresì competente a ricevere i cosiddetti "seguiti" alle pratiche di brevetto o di marchio, ossia tutti quegli atti che modificano in parte l'esercizio dei diritti connessi ai brevetti, ovvero che attestano l'avvenuta variazione di taluni elementi dei medesimi.</p>					
Customer satisfaction del servizio Protesti	risultato della indagine condotta nel 2011	n.	8,01	prossima rilevazione nel 2013		
Quantità	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Titoli depositati	<i>n. depositi di brevetti, disegni e modelli</i>	n.	39	63	62% 
	Marchi depositati	<i>n. marchi depositati</i>	n.	318	320	99% 
	Seguiti	<i>n. seguiti</i>	n.	48	48	100% 
	Risorse umane dedicate	<i>Personale (Full Time Equivalent)</i>	n.	0,97	0,9	92% 
Qualità	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Grado di telematizzazione delle domande di brevetti, modelli, marchi e seguiti (Pareto)	<i>n. domande brevetti, modelli, marchi e seguiti pervenute da utenti, imprenditori e mandatari con modalità telematica nell'anno/n. totale domande brevetti, modelli, marchi e dei seguiti pervenute nell'anno</i>	%	20%	20%	100% 
	Servizio di consulenza	<i>n. giorni di presenza al consulente sportello primo orientamento</i>	n.	18	10	100% 
	Informazioni allo sportello	<i>n. contatti personali per informazioni</i>	n.	1180	1025	100% 
	Informazioni via mail	<i>n. risposte a e-mail per informazioni</i>	n.	75	70	100% 
Efficienza	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Volume di attività per Marchi e Brevetti gestito dal personale addetto	<i>n. richieste di registrazione Brevetti e Marchi (Incluso i seguiti brevettuali) evase nell'anno/personale FTE imputato al servizio</i>	n.	418	479	87% 
	Ottimizzazione dei tempi (brevetti)	<i>n. servizi e rogati nel rispetto dei tempi previsti dalla legge/n. servizi totali</i>	%	100%	100%	100% 
Efficacia	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Customer satisfaction del servizio di consulenza	<i>n. utenti soddisfatti/tot.utenti rispondenti</i>	%	non realizzata	100%	
	Grado di utilizzo del sito internet	<i>n.accessi al sito internet-marche e brevetti</i>	n.	23.103	22.000	100% 

Presentazione della
Relazione

Sintesi delle Informazioni
di interesse per gli
stakeholder

Obiettivi: risultati
raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza
ed economicità

Pari Opportunità e
bilancio di genere

Il processo di redazione
della Relazione sulla
Performance

Allegati tecnici





Le attività e i servizi – *Bandi per contributi alle imprese*

Area strategica	Sostenere le imprese nella					
Attività/Servizio	Bandi per contributi alle imprese					
Descrizione	La Camera di Commercio si impegna a sostenere il sistema produttivo anche attraverso l'erogazione di contributi alle imprese sulla base di disciplinari che vengono rinnovati di anno in anno. Si tratta nello specifico di: bandi per la concessione di contributi per iniziative di formazione del personale su tematiche aziendali e lingue straniere; bandi per l'introduzione di sistemi di certificazione aziendale; bandi per la concessione di contributi ad aggregazioni di imprese per la realizzazione di iniziative di promozione sui mercati esteri; bandi per la concessione di contributi per la partecipazione di imprese singole a mostre e fiere in Italia e all'estero.					
Customer satisfaction del servizio	risultato della indagine condotta nel 2011	n.	7,75	prossima rilevazione nel 2013		
Performance						
Bandi	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance	
Bando Formazione	Budget (a preventivo)		100.000	100.000	100%	
	Indice di saturazione disponibilità finanziarie		100%	100%	100%	
Bando Certificazione	Budget (a preventivo)		80.000	80.000	100%	
	Indice di saturazione disponibilità finanziarie		100%	100%	100%	
Bando Export	Budget (a preventivo)		80.000	80.000	100%	
	Indice di saturazione disponibilità finanziarie		59%	70%	85%	
Bando Fiere	Budget (a preventivo)		120.000	120.000	100%	
	Indice di saturazione disponibilità finanziarie		100%	100%	100%	
Bando Confidi	Budget (a preventivo)		200.000	200.000	100%	
	Indice di saturazione disponibilità finanziarie		100%	100%	100%	
Qualità	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Informazioni rilasciate	<i>n. informazioni rilasciate</i>	n.	2.500	2.500	100%
	Attrattività bandi camerali	<i>n. domande presentate per i bandi promossi dalla Camera</i>	n.	409	410	100%
	Risorse umane dedicate	<i>Personale (Full Time Equivalent)</i>	n.	1,65	1,1	50%
	Comunicazione e informazione sui bandi camerali	<i>n. comunicati emessi nel corso dell'anno</i>	n.	4	5	80%
Efficienza	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Produttività	<i>n. domande presentate / ore di personale FTE imputato al servizio</i>	n.	0,15	0,22	69%
	Tempo medio di erogazione dei contributi	<i>tempi medi tra rendicontazione ed erogazione (Tempo standard)</i>	gg.	37	35	94%
	Domande contributo rigettate	<i>n. richieste contributo rigettate</i>	n.	151	60	0%
Efficacia	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Grado accoglimento domande	<i>n. contributi erogati anno N / n. domande presentate anno N</i>	%	49%	40%	100%
	Grado di utilizzo del sito internet	<i>n. accessi al sito internet-sostegni alle imprese</i>	n.	45.826	61.000	75%

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Le attività e i servizi – *Promozione del territorio all'estero*

Area strategica	Valorizzare il territorio in Italia e all'Estero						
Attività/Servizio	Promozione del territorio all'estero					Performance	
Descrizione	La Camera di Commercio, sempre alla ricerca di nuovi sbocchi per le attività di tipo commerciale, economico e produttivo, ogni anno prende parte ad una serie di progetti a supporto dei processi di penetrazione delle imprese nei confronti dei mercati stranieri e porta avanti iniziative legate al tema dell'internazionalizzazione.						
	Customer satisfaction del servizio Internazionalizzazione	risultato della indagine condotta nel 2011	n.	7,54	prossima rilevazione nel 2013		
Quantità	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance		
	Delegazioni internazionali	<i>n. delegazioni internazionali ricevute</i>	n.	1	3	100%	
	Missioni all'estero	<i>n. di missioni di operatori all'estero</i>	n.	3	5	60%	
	Operatori	<i>n. operatori coinvolti nei progetti</i>	n.	119	90	100%	
	Risorse umane dedicate	<i>Personale (Full Time Equivalent)</i>	n.	1,6	1,9	100%	
Qualità	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance		
	Ampiezza della promozione	<i>n. settori coinvolti nell'attività di promozione</i>	n.	4	4	100%	
	Informazioni rilasciate Rete Sprint	<i>n. info commercio estero nell'ambito rete sprint</i>	n.	19	20	95%	
	Formazione su materie di internazionalizzazione	<i>n. seminari organizzati</i>	n.	9	10	90%	
	Formazione su materie di internazionalizzazione	<i>n. soggetti partecipanti a seminari</i>	n.	86	120	72%	
Efficienza	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance		
	Costo totale del servizio	<i>costo totale dell'attività di promozione all'estero</i>	€	822.464	449.000	100%	
	Risorse destinate a iniziative a supporto della promozione estera per ogni euro di spesa sostenuto dalla Camera	<i>(€ iniziative interne + € trasferiti a soggetti esterni) / Spese per il personale FTE</i>	€	7,9	n.d.	#DIV/0!	
Efficacia	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance		
	Rotazione imprese partecipanti	<i>% aziende che partecipano o che si ricandidano l'anno successivo</i>	%	36%	50%	72%	
	Grado di utilizzo del sito internet	<i>n. accessi al sito internet-Ufficio Internazionalizzazione</i>	n.	4.102	5.200	79%	

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Le attività e i servizi – *Promozione del territorio in Italia*

Area strategica	Valorizzare il territorio in Italia e all'Estero					
Attività/Servizio	Promozione del territorio in Italia					Performance
Descrizione	La Camera di Commercio svolge molteplici attività volte a promuovere lo sviluppo locale e quindi finalizzate ad accrescere l'attrattività del territorio provinciale e a valorizzare i principali settori dell'economia locale. L'Ente ricopre un ruolo di primo piano nella realizzazione di interventi di promozione e per la qualificazione del sistema produttivo, anche mediante un concreto supporto all'introduzione di nuove tecnologie.					
Quantità	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Partecipazione delle imprese	<i>n. partecipanti a manifestazioni fieristiche</i>	n. 25	23	100%	
	Fiere	<i>n. fiere alle quali partecipiamo</i>	n. 3	3	100%	
	Iniziative (organizzate e finanziate)	<i>n. attività di promozione organizzate e/o finanziate</i>	n. 26	17	100%	
	grado di diffusione delle iniziative	<i>n. imprese che hanno aderito al progetto WiFi</i>	n. 46	50	92%	
	Risorse umane dedicate	<i>Personale (Full Time Equivalent)</i>	n. 0,77	1,3	100%	
Qualità	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	capacità di coinvolgimento	<i>n. medio imprenditori che partecipano alle iniziative</i>	n. 30	30	100%	
	rotazione imprese partecipanti	<i>% imprese che si ricandidano l'anno successivo</i>	% 44%	60%	73%	
Efficienza	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Costo totale del servizio	<i>costo totale dell'attività di promozione in Italia</i>	€ 504.057	479.000	100%	
	Risorse destinate a iniziative a supporto della promozione in Italia per ogni euro di spesa sostenuto dalla Camera	<i>(€ iniziative interne + € trasferiti a soggetti esterni) / Spese per il personale FTE</i>	€ 34.955	n.d.	DIV/0	
Efficacia	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Customer satisfaction rilevata sui partecipanti alle iniziative	<i>n. utenti soddisfatti/tot. utenti rispondenti</i>	% 100%	100%	100%	
	Customer satisfaction rilevata sui partecipanti alle iniziative	<i>giudizio medio di soddisfazione</i>	n. buono	buono	100%	

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Le attività e i servizi – *Statistiche, prezzi e informazione economica*

Area strategica	Conoscere il sistema socio-economico locale						
Attività/Servizio	Statistica, prezzi e informazione economica					Performance	
Descrizione	L'Ufficio Statistica della Camera di Commercio fa parte del Sistema Statistico Nazionale (SISTAN) e cura, per conto dell'ISTAT, del Ministero delle Attività Produttive e di altri organi di governo, le rilevazioni statistiche sui principali fenomeni economici e sociali a livello provinciale. In occasione dei Censimenti generali, l'Ufficio partecipa direttamente ad alcune fasi di esecuzione e coordina, d'intesa con l'ISTAT, le attività degli altri Organi censuari presenti sul territorio. Esso procede anche all'accertamento mensile dei prezzi all'ingrosso dei principali prodotti alimentari e dei sottoprodotti e materie prime utilizzati dall'industria tessile e redige un apposito listino che può costruire la base di eventuali certificazioni. Presso l'Ufficio inoltre le aziende interessate possono richiedere il deposito del proprio listino: dopo una breve istruttoria infatti lo stesso è in grado di rilasciare, a richiesta, visti di conformità su preventivi e offerte.						
Customer satisfaction del servizio	risultato della indagine condotta nel 2011	n.	7,69	prossima rilevazione nel 2013			
Quantità	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance		
	Listini prezzi	<i>n. listini prezzi pubblicati</i>	n.	11	11	100%	
	Elaborati (tabelle standard)	<i>n. elaborati (tabelle standard) diffusi</i>	n.	400	416	96,15%	
	Studi e ricerche	<i>n. studi e ricerche effettuate</i>	n.	6	7	85,71%	
	Risorse umane dedicate	<i>Personale (Full Time Equivalent)</i>	n.	1,7	2,1	100%	
Qualità	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance		
	Servizio nuove imprese	<i>n. utenti servizio nuove imprese x 1.000 / n. imprese attive (escluse u.l.)</i>	n.	6,31	6	100%	
	Informazioni provvedimenti agevolati	<i>n. informazioni relative a provvedimenti agevolativi sportello N.I. pubblicate sul sito</i>	n.	34	30	100%	
Efficienza	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance		
	Livello di esternalizzazione delle ricerche	<i>costo delle ricerche / costo del personale</i>	%	2,11	3,02	100%	
	Rispetto dei tempi di realizzazione indagini	<i>n. medio giorni di ritardo rispetto alla scadenza programmata</i>	gg.	0	0	100%	
Efficacia	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance		
	Customer satisfaction del servizio di consulenza	<i>Sportello nuove imprese - n. utenti soddisfatti/tot. utenti rispondenti</i>	%	100%	100%	100%	
	Accessi sezione del sito	<i>n. accessi alla pagina sez. statistica (congiuntura, dati e tabelle, listini prezzi,)</i>	n.	12.500	15.700	79,62%	

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Le attività e i servizi – *Diritto annuale*

Area strategica	Garantire la salute dell'Ente Camerale					
Attività/Servizio	Diritto Annuale					
Descrizione	Il diritto annuale è il tributo che ogni impresa iscritta al Registro Imprese è tenuta a versare alla Camera di Commercio di competenza territoriale. L'ufficio svolge l'attività di informazione all'utenza sulle modalità e termini di versamento. Gli sono anche riconosciute le funzioni di accertamento e irrogazione delle sanzioni in caso di violazioni.					
	Customer satisfaction del servizio	risultato della indagine condotta nel 2011	n.	7,90	prossima rilevazione nel 2013	
Quantità	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance
	Rilevanza diritto annuale	<i>n. soggetti tenuti a pagare il diritto annuale</i>	n.	36.254	36.300	100% 
	Emissione ruolo DA	<i>n. posizioni ruolo diritto annuale emessi nell'anno</i>	n.	9.041	8.500	100% 
	Lotta all'evasione del DA	<i>n. ravvedimenti riscossi</i>	n.	1.580	1.700	93% 
	Lotta all'evasione del DA	<i>n. insinuazioni fallimentari</i>	n.	126	120	100% 
	Risorse umane dedicate	<i>Personale (Full Time Equivalent)</i>	n.	3	3	100% 
Qualità	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance
	Accessibilità fisica servizio	<i>n. ore settimanali apertura sportello DA</i>	h.	22.20	22.20	100% 
	Affidabilità del servizio	<i>n. ricorsi emissione ruolo DA</i>	n.	0	1	100% 
	Comunicazione e informazione sul diritto annuale	<i>n. aggiornamenti della sezione "diritto annuale" del sito camerale</i>	n.	10	5	100% 
	Multiculturalità del servizio	<i>n. lingue in cui sono disponibili le informazioni all'utenza</i>	n.	3	3	100% 
Efficienza	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance
	Produttività	<i>n. soggetti passivi di imposta DA / personale FTE imputato al servizio</i>	n.	13.088	12.100	100% 
	Sgravi in autotutela	<i>n. sgravi in autotutela*</i>	n.	59	50	82% 
Efficacia	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance
	Livello di riscossione	<i>gettito DA riscosso / gettito DA accertato</i>	%	75,9%	77%	99% 
	Accessi sezione del sito	<i>n. accessi alla pagina sezione "diritto annuale"</i>	n.	87.187	91.000	96% 

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Le attività e i servizi – Comunicazione

Area strategica	Garantire la salute dell'Ente Camerale					
Attività/Servizio	Comunicazione					Performance
Descrizione	L'Ufficio comunicazione cura la comunicazione istituzionale e di servizio; cura le relazioni esterne dell'Ente; presidia i diversi strumenti di comunicazione interna ed esterna attraverso numerosi canali di informazione. Realizza pubblicazioni monotematiche ed organizza eventi di promozione delle iniziative camerali.					
Quantità	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	comunicati stampa	<i>n. comunicati stampa</i>	n. 91	90	100%	
	informazione istituzionale	<i>n. edizioni notiziario</i>	n. 4	4	100%	
	comunità virtuale - newsletter	<i>n. edizioni newsletter</i>	n. 11	12	92%	
	comunità virtuale - facebook	<i>n. contatti facebook</i>	n. 349	250	100%	
	comunità virtuale - twitter	<i>n. contatti twitter</i>	n. 335	100	100%	
	comunicazione audiovisiva su web	<i>n. trasmissioni youtube</i>	n. 28	20	100%	
Qualità	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	accessibilità virtuale	<i>n. comunicati stampa on-line / n. totale comunicati stampa</i>	% 100%	100%	100%	
	multicanalità del servizio	<i>n. strumenti di comunicazione utilizzati</i>	n. 7	7	100%	
	accessibilità virtuale su sito	<i>n. eventi pubblicati su sito / n. eventi organizzati</i>	% 100%	100%	100%	
Efficienza	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	capacità di approfondimento della comunicazione	<i>n. pubblicazioni monotematiche realizzate</i>	n. 13	6	100%	
Efficacia	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance	
	livello di efficacia	<i>n. articoli in rassegna stampa in cui si parla della Camera di Commercio di Prato</i>	n. 723	700	100%	
	livello di efficacia dell'informazione telematica	<i>n. iscritti alla newsletter "Obiettivo Impresa"</i>	n. 1563	1.600	98%	
	estensione dell'informazione istituzionale cartacea su richiesta	<i>n. abbonati al notiziario</i>	n. 1550	1.650	94%	

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Le attività e i servizi – *Gestione della contabilità*

Area strategica	Garantire la salute dell'Ente Camerale
Attività/Servizio	Gestione della contabilità
Descrizione	L'ufficio Ragioneria si occupa del coordinamento e della gestione dell'attività finanziaria e contabile della Camera di Commercio. Le fasi principali di tale attività possono essere sintetizzate come segue: 1) attività di programmazione e previsione; 2) attività di gestione del bilancio; 3) attività di rendicontazione.
	

Quantità	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Pagamenti e incassi	$n. \text{ mandati di pagamento} + n. \text{ reversali di incasso emesse}$	n.	2.680	2.650	100%	
	Fatture fornitori	$n. \text{ fatture fornitori ricevute}$	n.	1.189	1.250	95%	
	Certificazioni fiscali	$n. \text{ certificazioni fiscali inviate}$	n.	384	420	91%	
	Adempimenti dichiarativi fiscali	$n. \text{ dichiarazioni inviate}$	n.	37	42	88%	
	Variazioni di bilancio	$n. \text{ variazioni di bilancio}$	n.	321	230	100%	
	Risorse umane dedicate	$\text{Personale (Full Time Equivalent)}$	n.	2,9	2,5	86%	

Qualità	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Tempestività della riscossione	$\text{tempo medio tra riscossione ed emissione reversale}$	gg.	43	54	100%	
	Tempestività del pagamento	$\text{tempo medio pagamento fatture}$	gg.	22	21	97%	
	Tempestività del servizio	$\text{tempo medio controllo regolarità contabile atti e ordinativi}$	gg.	3	4,3	100%	
	Aggiornamento professionale	$n. \text{ ore formazione} + n. \text{ ore consultazione delle pubblicazioni fiscali e contabili}$	gg.	144	150	96%	

Efficienza	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Produttività	$(n. \text{ reversali} + n. \text{ mandati}) / \text{FTE imputato al servizio}$	n.	937	1.167	80%	
	Monitoraggio limiti di spesa	$n. \text{ report su monitoraggio limiti di spesa}$	n.	12	11	100%	

Efficacia	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Tempestività del pagamento	$\% \text{ fatture pagate entro il termine di 30 gg}$	%	89,3%	88%	99%	
	Rispetto delle scadenze	$\% \text{ adempimenti nei termini} / n. \text{ totale adempimenti}$	%	100%	100%	100%	

Presentazione della
Relazione

Sintesi delle Informazioni
di interesse per gli
stakeholder

Obiettivi: risultati
raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza
ed economicità

Pari Opportunità e
bilancio di genere

Il processo di redazione
della Relazione sulla
Performance

Allegati tecnici





Lo stato di salute - *La salute finanziaria*

Stato di Salute Finanziaria

Performance

Condizioni La Camera di Commercio concluderà nel 2012 la realizzazione della nuova sede camerale, investimento strategico per il territorio che sta comportando un diverso assetto finanziario dell'ente. Obiettivo primario è quindi quello di assicurare l'equilibrio economico/finanziario, salvaguardando altresì la solidità del proprio patrimonio immobiliare e delle partecipazioni societarie. L'azione dell'ente proseguirà quindi sulle due direttrici di mantenimento del livello complessivo delle entrate e di contenimento dei costi di funzionamento.



Equilibrio	Indicatore	Formula	Stato 2011	Target 2012	Trend	Performance
	Solidità finanziaria	<i>patrimonio netto/passivo totale</i>	% 6,73	4,64	100%	
	Valore aggiunto prodotto dalla Camera	<i>Valore aggiunto Globale Lordo</i>	€ 7.314.274	6.420.852	100%	
	Livello trasformazione ricavi in valore aggiunto	<i>Valore aggiunto globale distribuito / ricavi ordinari</i>	% 74%	73%	100%	
Proventi	Indicatore	Formula	Stato 2011	Target 2012	Trend	Performance
	Valore della produzione	<i>ricavi da diritto annuale (al netto della svalutazione) +ricavi da diritto di segreteria+contributi trasferiti+proventi da gestione di beni e servizi+variazione delle rimanenze</i>	€ 8.778.717	8.802.084	100%	
	Proventi finanziari	<i>proventi finanziari/valore della produzione</i>	% 2,26%	3,20%	71%	
Costi	Indicatore	Formula	Stato 2011	Target 2012	Trend	Performance
	Costi di struttura	<i>costi del personale + costi di funzionamento</i>	€ 4.755.212	6.384.307	100%	
	Costi di funzionamento servizi-anagrafico certificativi e servizi di regolazione del mercato e tutela del consumatore	<i>Costi di funzionamento (diretti e indiretti) servizi-anagrafica certificativi e servizi di regolazione del mercato e tutela del consumatore</i>	€ 502.171	1.905.736	100%	
	Costi di funzionamento servizi di promozione e sviluppo dell'economia	<i>Costi di funzionamento servizi di promozione e sviluppo dell'economia</i>	€ 126.356	217.948	100%	
Patrimonio	Indicatore	Formula	Stato 2011	Target 2012	Trend	Performance
	Valore delle immobilizzazioni materiali	<i>immobilizzazioni materiali</i>	€ 25.412.946	13.253.100	100%	
	Valore delle immobilizzazioni finanziarie	<i>immobilizzazioni finanziarie</i>	€ 9.671.280	2.430.000	100%	
	Indice di struttura	<i>immobilizzazioni / patrimonio netto</i>	n. 0,96	1,00	96%	
Indebitamento	Indicatore	Formula	Stato 2011	Target 2012	Trend	Performance
	Indebitamento	<i>debiti di finanziamento</i>	€ 0	0	100%	

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Lo stato di salute - *La salute organizzativa*

Stato di Salute Organizzativa							Performance
Condizioni	Per salute organizzativa si intende quell'insieme di indicatori che descrivono le caratteristiche del personale dell'Ente. La Camera di Commercio pone in essere costantemente iniziative finalizzate al miglioramento del benessere organizzativo e all'accrescimento della professionalità del proprio personale dipendente e della dirigenza. Nell'anno 2012 verrà ripetuta per la terza volta l'indagine di clima interno.						
Modello organizzativo	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance	
	% dirigenti	$n. \text{ dirigenti} / \text{tot. Personale (comprese forme flessibili)}$	%	5,4%	5,3%	100%	
	Turnover in entrata (ruolo)	$n. \text{ nuovi dipendenti} / \text{tot. personale}$	%	4,5%	4,2%	100%	
	Turnover in uscita (ruolo)	$n. \text{ dipendenti in uscita} / \text{tot. personale}$	%	6,1%	1,4%	0%	
	Incidenza retribuzione variabile	$\text{retribuzione variabile} / \text{totale retribuzioni}$	%	30,7%	31,7%	97%	
	Differenziazione della produttività	$\% \text{ personale che si colloca nella fascia superiore al } 90\%$	%	58%	75%	77%	
Capitale umano	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Dimensionamento del personale	$\text{copertura della dotazione organica}$	n.	80%	86%	94%	
	Età media del personale	$\text{somma età} / n. \text{ dipendenti ruolo e dirigenza}$	n.	45	45	100%	
	Anzianità media di servizio del personale	$\text{somma anzianità} / n. \text{ dipendenti}$	n.	13,6	11,4	100%	
	Incidenza dipendenti laureati	$\text{dipendenti laureati} / \text{tot. dipendenti (dirigenti+L.indeterminato)}$	%	35%	42%	83%	
Formazione	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Spese di formazione per dipendente	$\text{spese di formazione} / \text{tot. dipendenti (dirigenti+L.indeterminato)}$	€	392	212	100%	
	Grado di aggiornamento del personale	$n. \text{ dipendenti che hanno partecipato ad almeno un corso di formazione} / \text{totale dipendenti}$	%	97%	100%	97%	
Benessere organizzativo	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Assenteismo malattie brevi	$\text{assenza malattie brevi (inferiori 10gg)} / \text{tot. Dipendenti di ruolo (esclusa dirigenza)}$	gg	2,8	3	100%	
	Qualità dei luoghi di lavoro	$n. \text{ di infortuni sul luogo di lavoro}$	n.	0	1	100%	
	Comunicazione interna	$n. \text{ comunicazione di servizio}$	n.	41	35	100%	
Pari opportunità	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Distribuzione del personale dirigente per genere	$n. \text{ dirigenti donna} / \text{tot. Dirigenti}$	%	75%	75%	100%	
	Distribuzione del personale dipendente per genere	$n. \text{ dipendenti donna} / \text{tot. Dipendenti (ruolo + dirigenza)}$	%	67%	68%	98%	
ICT	Indicatore	Formula		Stato 2012	Target 2012	Performance	
	Investimento nell'informatica	$\text{spese informatica} / \text{tot. dipendenti (ruolo + dirigenza)}$	€	4.071	3.801	100%	

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Lo stato di salute - *La salute delle Relazioni*

Stato di Salute Relazionale

Descrizione Lo stato di salute delle relazioni con gli interlocutori dell'Ente Camerale è una delle condizioni imprescindibili per la realizzazione della mission e per il conseguimento degli obiettivi. In particolare, la Camera di Commercio contribuisce in modo attivo alla valorizzazione delle limitate risorse presenti sul territorio, mediante il coinvolgimento delle istituzioni locali, delle categorie economiche e degli altri soggetti pubblici e privati. Il coinvolgimento avviene sia nella fase decisionale che nei successivi momenti di comunicazione all'esterno dei risultati raggiunti. La trasparenza è uno dei principali valori di riferimento dell'attività dell'ente; risale al 2005 la prima esperienza di Bilancio sociale che è stata ripetuta con cadenza biennale e ha ampliato e consolidato i momenti di confronto con i portatori di interesse. Nel 2012 sarà organizzata la prima Giornata della Trasparenza.

Performance



Relazioni	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance
	Coinvolgimento degli stakeholder	<i>n. soggetti formalmente coinvolti nelle fasi di programmazione/rendicontazione attività dell'ente</i>	n. 32	30	100%
	Partecipazioni a tavoli	<i>n. dei tavoli a cui si partecipa</i>	n. 28	27	100%
	Partecipazioni societarie	<i>n. delle partecipazioni societarie</i>	n. 25	22	100%
	Partnership su progetti	<i>n. partnership su progetti</i>	n. 8	8	100%
	Networking nel sistema camerale	<i>n. iniziative e programmi trasversali a più Enti Camerali</i>	n. 4	4	100%

Fornitori	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance
	Livello di outsourcing	<i>n. servizi in outsourcing</i>	n. 0	0	100%
	Rapporti negoziali	<i>n. dei fornitori</i>	n. 451	300	100%
	Regolarità delle relazioni	<i>n. ricorsi e contenzioni/tot.fornitori</i>	n. 0	0	100%

Imprese	Indicatore	Formula	Stato 2012	Target 2012	Performance
	Livello di interazione con il territorio	<i>n. eventi svolti nel territorio</i>	n. 63	30	100%
	Visibilità	<i>n. eventi patrocinati</i>	n. 5	5	100%
	Customer care	<i>n. servizi sottoposti a indagini di customer satisfaction/tot.servizi</i>	% n.d.	programmata nel 2013	n.d.

Elenco dei principali portatori di interesse

Imprese, Consumatori, Liberi Professionisti, Associazioni di Categoria, Ordini Professionali, Pubblica Amministrazione, Organismi e società partecipati

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici





Benchmark - scheda

Descrizione Un pieno apprezzamento della performance richiede l'introduzione di un confronto con le altre amministrazioni. Il modello riconosce l'utilità di un approccio comparativo, che non si deve limitare ad una semplice comparazione fra enti, ma individuare nell'ambito di alcune amministrazioni di riferimento, quelle che presentano la miglior performance relativamente ad alcuni indicatori. Il benchmark interessa le attività e i servizi, le dimensioni dello stato di salute e gli impatti.



Servizi	Servizio	Indicatore	Formula		CCIAA Prato		Migliore Performance in ambito regionale		trend CCIAA Prato 2012/2011
					anno 2012	anno 2011	anno 2012	anno 2011	
					Registrazione imprese	Tempi medi di lavorazione delle pratiche telematiche Registro Imprese	tempi medi di lavorazione delle pratiche telematiche al netto della sospensione	gg	
Registrazione imprese	Tasso di sospensione delle pratiche Registro Imprese	n. pratiche del Registro Imprese con almeno una gestione correzione nell'anno/n. di pratiche del Registro Imprese evase nell'anno	%	37%	36%	26%	28%	3%	
Registrazione imprese	Rispetto dei tempi di evasione	n. di pratiche del Registro Imprese ricevute nell'anno ed evase entro 5 giorni dal loro ricevimento (al netto del periodo di sospensione)/n. di pratiche del Registro Imprese ricevute nell'anno	%	69%	54%	99,6%	99,1%	26%	
Gestione della contabilità	Tempestività del pagamento	% fatture pagate entro il termine di 30 gg	%	90%	87%	90%	87%	3%	
Marchi e Brevetti	Volume di attività per Marchi e Brevetti gestito dal personale addetto	n. richieste di registrazione Brevetti e Marchi (incluso i seguiti brevettuali) evase nell'anno/personale FTE imputato al servizio	n.	408	396	1.116	1.403	3%	
Sviluppo Nuove Imprese	Indica il servizio di sviluppo nuove imprese reso allo sportello	n. utenti servizio nuove imprese x 1.000 / n. imprese attive (escluse u.l.)	n.	6,5	6,1	33,9	28,5	6%	
Salute	Stato di salute	Indicatore	Formula		CCIAA Prato		Migliore Performance in ambito regionale		trend CCIAA Prato 2012/2011
					anno 2012	anno 2011	anno 2012	anno 2011	
					Finanziaria	livello trasformazione ricavi in valore aggiunto	Valore aggiunto globale distribuito / ricavi ordinari	%	
Finanziaria	Indice di struttura	immobilizzazioni / patrimonio netto	n.	48%	86%	38%	39%	-44%	
Organizzativa	Grado di aggiornamento del personale	n. dipendenti che hanno partecipato ad almeno un corso di formazione / totale dipendenti	%	97%	98%	100%	100%	-1%	
Organizzativa	Assenteismo malattie brevi	assenza malattie brevi (inferiori 10gg) / tot. Dipendenti di ruolo (esclusa dirigenza)	%	3,6	3,6	2,2	2,2	0%	
Impatti	Area	Indicatore	Formula		CCIAA Prato		Migliore Performance in ambito regionale		trend CCIAA Prato 2012/2011
					anno 2012	anno 2011	anno 2012	anno 2011	
					Sostenere le imprese nella competizione	interventi economici per impresa attiva	valore complessivo degli interventi economici / n. imprese attive (escluse u.l.)	€	

Presentazione della Relazione

Sintesi delle Informazioni di interesse per gli stakeholder

Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

Risorse, efficienza ed economicità

Pari Opportunità e bilancio di genere

Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

Allegati tecnici

