
Oggetto RELAZIONE PREVISIONALE E PROGRAMMATICA. ANNO 2014

Il **Presidente** introduce l'argomento ricordando che il Regolamento per la gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di Commercio, approvato con D.P.R. 2 novembre 2005, n. 254, prevede che il Consiglio camerale approvi la Relazione Previsionale e Programmatica.

Nell'ambito del ciclo annuale di programmazione, la Relazione Previsionale e Programmatica illustra i programmi che l'Ente intende attuare nell'anno di riferimento specificando le finalità che si intendono perseguire e le risorse ad esse destinate.

Il documento che oggi il Consiglio è chiamato a valutare ed approvare costituisce un fondamentale momento di verifica e affermazione delle previsioni del programma pluriennale in rapporto alle caratteristiche e ai possibili sviluppi dell'economia locale e al sistema delle relazioni con gli organismi pubblici e privati operanti sul territorio.

Il **Segretario Generale** quindi, su invito del Presidente, illustra la Relazione Previsionale e Programmatica proposta dalla Giunta, soffermandosi in particolare sui principali progetti e programmi di attività che l'Ente si propone di attuare nel corso del prossimo anno. In particolare evidenzia per ciascuna delle linee strategiche individuate nel programma di mandato, gli obiettivi e le attività che si intendono realizzare:

Prato moda LAB

In primis prevede il rafforzamento della Fashion Valley, anche attraverso attuazione del progetto "CREATE", finanziato dall'Unione Europea.

Inoltre una particolare rilevanza rivestirà nel 2014 la realizzazione dei progetti previsti nell'accordo di collaborazione con la Regione Toscana (PIS).

Destinazione Prato

Si tratta di progetti che vanno dalla promozione delle eccellenze agroalimentari e dell'artigianato alla valorizzazione dei centri storici e delle istituzioni culturali cui partecipa la Camera (Museo del Tessuto e Datini). Le eccellenze agroalimentari sono un volano per l'artigianato e il turismo, e viceversa, e in questa logica le attività della camera per il 2014 sono da intendersi come un percorso di avvicinamento a Expo 2015.

In questo contesto la nuova sede della Camera di Commercio si presterà a divenire luogo aperto della città, per accogliere e promuovere eventi e iniziative.

Prato città degli imprenditori

Si tratta di progetti volti a recuperare e rafforzare lo spirito di imprenditorialità che pervade il territorio, puntando soprattutto su imprenditoria giovanile, femminile (CIF), terzo settore (CISEM) e sullo sviluppo delle aggregazioni e reti di impresa.

Non da meno si cercherà di fornire un supporto all'imprenditoria nel superare un importante ostacolo che caratterizza i nostri tempi: il credit crunch.

Al contempo la complessità strutturale della popolazione e di riflesso dell'imprenditoria del territorio continua a porre la necessità di attuare il monitoraggio sulla realtà imprenditoriale anche nella sua sfaccettatura di "multietnicità" attuando altresì tutte le operazioni possibili per promuovere sempre più la "cultura della legalità".

Prato diversifica

Un rilancio del distretto, specie in una auspicabile fase di "ripartenza" dell'economia non può prescindere da un lato da una politica di diversificazione produttiva puntante su servizi innovativi e valorizzazione della già avviata "green economy".

Ovviamente il rilancio dell'economia non può prescindere da un rafforzamento della dotazione infrastrutturale del territorio quale fattore di competitività.



Prato verso il Mondo

Si tratta di rafforzare le attività di internazionalizzazione della Camera sia attraverso le specifiche iniziative, sia attraverso gli incoming, sia attraverso il sostegno finanziario alle imprese per la partecipazione a eventi fieristici di rilevanza internazionale.

Prato nell'area Metropolitana

Proseguirà l'impegno dell'ente camerale a partecipare a progetti di livello nazionale e regionale promosse dall'Unioncamere e dalla Unione Regionale Toscana ma al contempo si valuteranno tutte le possibili collaborazioni con consorelle limitrofe (si cita l'esperienza già in essere di funzioni associate per la regolazione del mercato e la metrologia legale con la camera di Pistoia) per dare dove possibile un respiro metropolitano all'azione sul territorio conseguendo comunque risparmi e al contempo miglioramento qualitativo nell'azione coordinata sui territori.

Al fine di concentrare risorse e impegno su tali progetti, gli strumenti disponibili e le possibilità offerte dal Piano di Comunicazione – che sarà approvato dalla giunta entro il corrente anno - non si concentreranno solo sulla "conoscenza" e "riconoscibilità" dell'Ente camerale, ma saranno utilizzati prevalentemente per promuovere attività e progetti di rilevanza strategica.

Accanto ai progetti strategici ovviamente sarà prestata attenzione al continuo processo di miglioramento della qualità delle attività istituzionali in una ottica di sempre maggiore efficienza e risparmio di costi.

Il **Segretario Generale** ricorda infine che l'approvazione della relazione previsionale e programmatica è propedeutica all'approvazione del Preventivo per il prossimo anno e che da un punto di vista economico-finanziario si conferma l'impegno sul territorio.

Il Consigliere **Longo** chiede informazioni relativamente alla possibilità reperire risorse attraverso i progetti del Fondo Perequativo.

Il **Segretario Generale** ricorda che è previsto un finanziamento medio del 50% sui progetti che saranno approvati. La Camera di Commercio di Prato ha presentato sei progetti di rete (tre su FP 2013 e tre su Accordo MISE/Unioncamere) e due progetti singoli, coerenti con le linee strategiche appena illustrate.

Le spese previste per la realizzazione di tali progetti ammontano a € 600.000 (oltre oneri personale e figurativi) pertanto nel caso vengano tutti approvati si potranno recuperare ulteriori risorse per il territorio per oltre € 300.000. I progetti saranno approvati non prima del 2014.

Il Consigliere **Potenza** ritiene fondamentale il ruolo della Camera di Commercio nel proporre e realizzare progetti, quale migliore risposta alla crisi e quale esempio per le imprese ed il tessuto economico in generale. Ritiene infatti che la crisi sia accentuata dalla carenza di idee, di leadership e in questo contesto la Camera di Commercio deve fornire il proprio contributo per la "ripartenza" dell'economia del territorio, territorio che si connota peraltro per una accentuata presenza di imprese condotte da cittadini stranieri, fenomeno non solo da governare ma anche da valorizzare.

Un'ultima annotazione riguarda la necessità a suo parere di promuovere politiche coordinate di "area vasta", percorso d'altronde già avviato sia attraverso la riforma della L. 580/93, sia attraverso gli accordi di funzioni associate attuate dalle Camere di commercio, sia infine dai progetti già realizzati in forma congiunta.

Il **Presidente**, a tal proposito, evidenzia che lo svolgimento di funzioni associate può sicuramente portare ad un potenziale risparmio di risorse, tuttavia le peculiarità dei vari territori - spesso differenti tra loro per cultura imprenditoriale e produzioni e processi - rendono necessario un governo vicino alle realtà economiche da amministrare per rispondere in modo efficiente alle esigenze e richieste delle imprese.



La mission delle Camere di Commercio è quella di rispondere alle esigenze peculiari delle imprese del proprio territorio, un processo di inglobamento di territori differenti potrebbe quindi non rendere soddisfacente le risposte che l'ente deve dare con conseguenze negative che ricadono quindi sulle imprese.

Segue una ulteriore breve discussione al termine della quale

IL CONSIGLIO

UDITI i Relatori e i vari interventi;

VISTA la legge 29 dicembre 1993 n. 580 e s.m.i.;

VISTO lo Statuto vigente della Camera di Commercio I.A.A. di Prato ed in particolare l'articolo 33;

VISTO il vigente Regolamento di Consiglio e, in particolare, l'articolo 22;

VISTO il DPR 2 novembre 2005 n. 254 recante "Regolamento concernente la gestione patrimoniale e finanziaria delle camere di Commercio";

VISTO il programma pluriennale dell'attività della Camera di Commercio I.A.A. di Prato, approvato con deliberazione di Consiglio n. 2/13 del 4 marzo 2013;

VISTA la Relazione Previsionale e Programmatica proposta dalla Giunta approvata con deliberazione di Giunta n. 90/13 del 24 ottobre 2013 e tenuto conto delle risultanze della discussione odierna;

All'unanimità dei presenti,

DELIBERA

di adottare la Relazione Previsionale e Programmatica per l'anno 2014 che allegata al presente provvedimento (allegato "A"), ne forma parte integrante.

IL SEGRETARIO GENERALE
(Catia Baroncelli)

IL PRESIDENTE
(Luca Giusti)



Allegato A

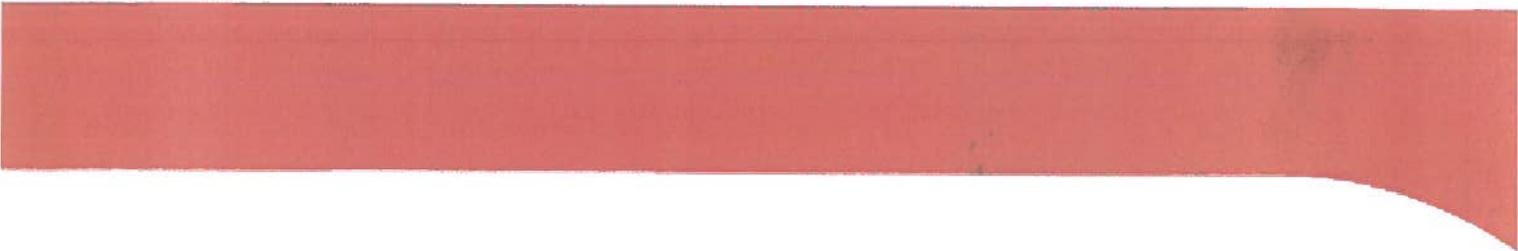
Deliberazione di Consiglio n. 9/13 del 31.10.2013

**Relazione Previsionale e Programmatica.
Anno 2014**

IL SEGRETARIO GENERALE
(Catia Baroncelli)

IL PRESIDENTE
(Luca Giusti)

Pagine 37 (compresa la copertina)



Relazione Previsionale
e Programmatica
della Camera di
Commercio Prato

Anno 2014

13

A



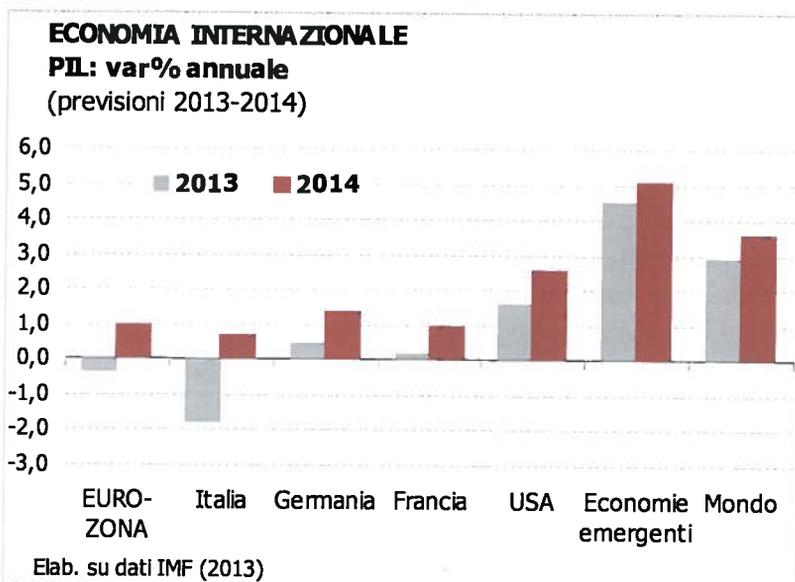
Le azioni che la Camera di Commercio intende mettere in campo nel 2014, in parte anche sviluppando progetti e iniziative che già nel 2013 hanno preso forma, saranno sviluppate in collaborazione con gli altri soggetti economici e istituzionali che operano sul territorio. La condivisione è un punto di forza importante, una spinta che permette anche ai progetti di essere il più possibile rispondenti alle esigenze del territorio, perché frutto del confronto con soggetti che hanno punti di vista diversi. In un momento di ristrettezza che rende difficile anche per gli enti pubblici portare avanti la propria azione la Camera di Commercio di Prato riesce a portare avanti le proprie iniziative grazie ai finanziamenti ottenuti da Unioncamere, dalla Regione Toscana, dall'Unione Europea.



SCENARIO ECONOMICO DI RIFERIMENTO

Il quadro macroeconomico a fine 2013

Nel corso del 2013 la congiuntura economica internazionale risulta in graduale miglioramento rispetto allo scorso anno¹. Tuttavia, lo scenario economico complessivo è caratterizzato da una situazione di equilibrio al ribasso, con i livelli di crescita del PIL mondiale che non andranno oltre il +2,9% (previsioni FMI; ottobre 2013)². I modesti segnali di ripresa sono sostenuti soprattutto dalle politiche monetarie espansive messe in atto dalle banche centrali, dal momento che l'economia internazionale è ancora caratterizzata da un elevato grado d'incertezza. I rischi sottostanti la tenuta e l'irrobustimento della ripresa sono ancora numerosi e legati tra loro: esiste la problematica



relativa alla normalizzazione delle politiche monetarie (in particolare la cd. *forward guidance* della FED)³, l'*escalation* di tensione in Medio Oriente (crisi siriana) e, sul piano più strettamente economico, segnali ancora non univoci sull'andamento del ciclo della produzione industriale⁴ e la frenata degli scambi internazionali. In effetti, secondo le previsioni del FMI, alle migliori prospettive dell'economia statunitense (+1,6%; var% del PIL nel 2013) e di quella giapponese (+2%), si accompagna un

rallentamento della crescita nei Paesi Emergenti (+4,5%) e la crisi dell'eurozona (-0,4%), economia che si caratterizza per un persistente vuoto di domanda interna e tensioni crescenti all'interno del mercato del lavoro ("isteresi" della disoccupazione). Tuttavia, negli ultimi mesi, gli indicatori coincidenti del ciclo economico mostrano un allentamento delle tensioni all'interno dell'eurozona⁵. Anche l'economia italiana sta evidenziando segnali di miglioramento congiunturale (con particolare riferimento alla "stabilizzazione" dei livelli di produzione industriale e al recupero del clima di fiducia presso le imprese⁶). Ciò è comunque insufficiente a invertire l'*outlook* negativo

¹ Infatti, il *Composite Leading Indicator* (CLI) dell'OCSE mostra un'evoluzione positiva soprattutto grazie alla recente inversione ciclica delle economie avanzate.

² International Monetary Fund, *Transitions and Tensions*, "World Economic Outlook", ottobre 2013.

³ In effetti la FED, che aveva in programma l'*exit strategy* della politica monetaria (cd. *tapering*), preso atto delle prospettive di crescita ancora moderate per l'economia statunitense, è recentemente ritornata sui propri passi e ha deciso di posticipare l'intervento.

⁴ Il crollo della domanda dei paesi della periferia europea incide sui livelli di produzione industriale mondiale e rappresenta un freno per la crescita internazionale: cfr. REF-Ricerche, *Segnali di ripresa dell'economia mondiale, area euro in ritardo*, "Previsioni", a. XX, n. 14, 17 luglio 2013.

⁵ La maggiore vivacità del ciclo economico europeo è testimoniata anche dal recente andamento dell'indicatore €-coin che torna in territorio positivo dopo due anni (+0,12%; settembre 2013): cfr. Banca d'Italia, CEPR, *Comunicato stampa €-coin*, 27/09/2013.

⁶ In effetti, migliora l'indicatore coincidente del ciclo economico italiano (CoinCer) nonostante sia ancora in territorio negativo (-0,42; agosto 2013). Inoltre, anche il CLI-OCSE parla di "*positive change in momentum*" per l'economia italiana: cfr. CER – Centro Europa Ricerche, *Indicatore coincidente CoinCer*, 2 settembre 2013; OECD, *OECD Composite Leading Indicators*, "News Release", 9 settembre 2013.

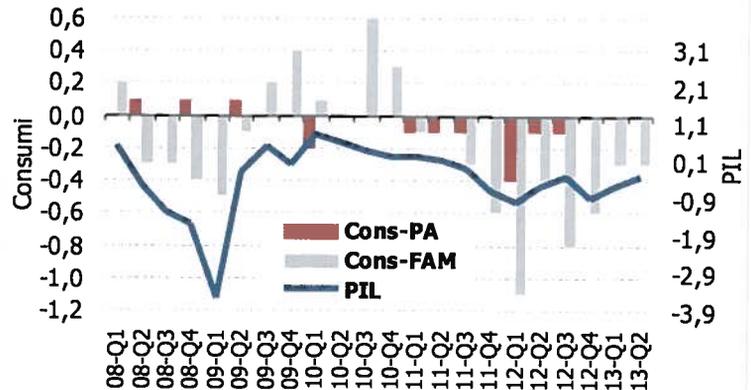
A



per il 2013 (-1,8%; previsioni FMI) e infatti la ripresa - seppur modesta - è rimandata al 2014⁷. D'altro canto, come in altri paesi della periferia europea, in Italia la crisi ha compromesso i delicati equilibri del mercato del lavoro (tasso di disoccupazione sui livelli massimi dal 1977: 12,2%; agosto 2013) e prodotto una netta revisione al ribasso della spesa da parte delle famiglie. In effetti, gli ultimi dati diffusi dall'Istat mostrano il materializzarsi dell'ottavo trimestre consecutivo di flessione congiunturale del PIL (-0,3%; giugno 2013), evidenziando, ancora una volta, tutte le difficoltà a riattivare il ciclo della domanda interna. Se i consumi delle famiglie sono in flessione costante da circa due anni, risultano al palo anche la spesa per investimenti e il ciclo delle scorte, componenti che risentono, tra l'altro, delle difficili condizioni di accesso al credito e dei crescenti vincoli di liquidità cui sono sottoposte famiglie e imprese.

ECONOMIA ITALIANA

PIL e Consumi (contributo alla crescita)
(2008-2013: variazioni congiunturali)



Elaborazioni su dati ISTAT (2013)

L'unica componente positiva è rappresentata dal *net-export*, in crescita del +0,4% nel secondo trimestre dell'anno. Se il punto di minimo ciclico sembra comunque essere alle spalle (maggio-giugno), allora è possibile anche azzardare la tesi di una fase recessiva in esaurimento e di un lento inizio di ripresa. Ma su questo punto occorre estrema cautela: il miglioramento dei livelli di *confidence*, infatti, è accompagnato da numerosi rischi di natura esogena cui si sommano le problematiche interne all'economia italiana, dove spiccano la sofferenza dei bilanci familiari (compresi da cinque anni di calo costante dei redditi disponibili) e l'incertezza sulla stabilità politica del governo, che potrebbe creare nuove tensioni sull'andamento dei tassi d'interesse.

La situazione congiunturale a Prato

Anche a Prato, dopo il cd. *double-dip* del 2012, l'attuale fase congiunturale sembrerebbe essere orientata verso il superamento del punto di minimo ciclico. In effetti, dopo l'ennesimo importante calo dei primi mesi del 2013, i livelli medi di produzione industriale risultano in lieve miglioramento e, nel secondo trimestre dell'anno, il calo della produzione manifatturiera provinciale si è arrestato al -2,2% (variazione tendenziale rispetto al 2012). Sempre guardando al ciclo, il "recupero" sembra relativamente più consistente nella meccanica e, in parte, nel settore tessile che, però, continua a caratterizzarsi per una tendenza di fondo pesantemente negativa da molti trimestri consecutivi.

La spinta maggiore a questo primo abbozzo di recupero dei livelli produttivi dell'industria pratese proviene probabilmente dal versante della domanda estera: la componente ciclica del commercio

⁷ Nel 2014 la variazione del PIL sarà positiva anche se ancora piuttosto contenuta: non oltre il +1% (cfr. Ref-Ricerche, Confesercenti, *Le previsioni Confesercenti-Ref*, Comunicato stampa, 10 settembre 2013; Confindustria (Centro Studi), *Le sfide della politica economica*, "Scenari Economici", n. 18, settembre 2013; Banca d'Italia, *Bollettino Economico*, n. 73, luglio 2013; International Monetary Fund, *Growing Pains*, "World Economic Outlook-Update", luglio 2013).



estero provinciale è in effetti tornata in territorio positivo per la prima volta dal 2011 (+0,8%). Gli ultimi dati disponibili per il 2013 (giugno), evidenziano un buon andamento delle esportazioni verso i mercati extra-europei (+2,9%; la variazione tendenziale relativa al secondo trimestre 2013),

PROVINCIA DI PRATO: Indicatori congiunturali nell'industria manifatturiera

Variazioni tendenziali annue - 2012/13

	2012	2013	
	anno	I° trim.	II° trim.
Produzione	-8,7	-8,8	-2,2
Fatturato	-8,6	-9,2	-2,1
Ordini	-8,2	-7,0	-0,8
Export manifatt.	-3,2	-14,6	-0,3
Addetti ^(*)	-0,5	-0,4	0,2
Utilizzo impianti ^(**)	74,5	76,0	79,9

(*) variazione % su trimestre precedente

(**) in percentuale sulla capacità produttiva massima

Elab.ni su dati UTC- Confindustria Toscana

Osserv.rio congiunturale sull'industria manifatturiera

ISTAT - CoeWeb

mentre le vendite nel Vecchio Continente, seppur in miglioramento, continuano a stentare (-3,1%).

Considerata la persistente debolezza della domanda interna, anche a Prato (come nel resto del Paese), le concrete possibilità di un progressivo consolidamento dei (timidi) segnali di recupero registrati tra aprile e giugno appaiono quindi fortemente legate alla capacità delle imprese d'intercettare la domanda proveniente dai mercati esteri. Occorre tuttavia osservare che, in questo incerto e fragile passaggio congiunturale, sulle prospettive di un duraturo ed efficace sostegno derivante appunto dalla domanda estera gravano tutto un insieme di fattori tra

cui spiccano le già citate difficoltà dell'euro-zona (principale mercato di sbocco per i manufatti locali) e la tendenza al prematuro rafforzamento del tasso di cambio dell'euro.

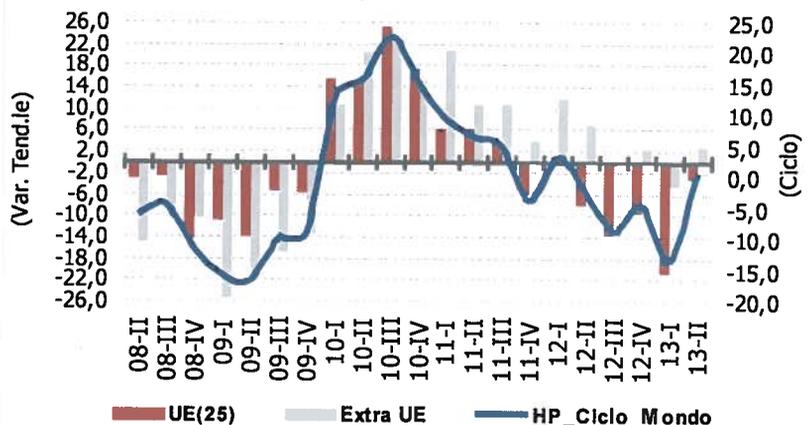
Inoltre, al di là delle dinamiche evolutive del ciclo "a breve", è ormai (se non certo) comunque assai probabile che, dopo quasi sei anni di crisi, il costante sommarsi di cali produttivi abbia determinato

un abbassamento pressoché "strutturale" delle traiettorie di sviluppo dell'industria locale. Il gap accumulato dall'inizio della crisi è di oltre -30 punti percentuali e il trend medio di crescita della produzione è ormai collocato stabilmente attorno al -5%. In effetti, il potenziale produttivo della provincia si è notevolmente assottigliato (-37% circa; dati 2013-giugno) e con esso lo stock di ricchezza. Ciò, evidentemente, pone non solo urgenti problemi di policy (dalla governance dei processi di diversificazione

produttiva alle necessarie azioni di salvaguardia, difesa e rilancio del sistema industriale dell'area), ma anche numerosi interrogativi sulle effettive chance che un tessuto imprenditoriale così duramente provato possa efficacemente agganciare il treno di una eventuale ripresa.

PROVINCIA DI PRATO: Variazione tendenziale delle esportazioni e componente ciclica

Valori correnti (2008-2013)



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

Elaborazioni su dati ISTAT (2013)



Segnali di un probabile superamento del punto di minimo ciclico provengono anche dall'evoluzione congiunturale in atto presso il settore commercio. Anche nel caso del commercio, infatti, il 2012 ha rappresentato una sorta di "discontinuità negativa" con una dinamica delle vendite al dettaglio che ha toccato un nuovo punto di minimo ciclico nel terzo trimestre (-8,1%; variazione tendenziale, cioè il valore più basso dal 2005) e un consuntivo di fine anno pesantemente negativo (-6,3%).

I dati più recenti relativi all'andamento delle vendite negli esercizi commerciali della provincia (periodo aprile-giugno 2013), seppur ancora negativi (-4,8%), risultano però in miglioramento, ed evidenziano un recupero più marcato rispetto ai dati nazionali (-7,6%), che hanno toccato il punto di minimo a marzo 2013⁸. In ogni caso, solo i prossimi mesi potranno confermare se il profilo

PROVINCIA DI PRATO: Andamento delle vendite nel commercio al dettaglio - Variazioni tendenziali annue - 2012/13

	2012					2013	
	I° trim.	II° trim.	III° trim.	IV° trim.	anno	I° trim.	II° trim.
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	3,1	1,1	3,7	6,8	3,7	-1,6	-1,9
Dettaglio prodotti alimentari	-2,3	-7,5	-6,3	-3,6	-4,9	-4,9	-7,5
Dettaglio prodotti non alimentari	-5,4	-9,0	-10,4	-7,9	-8,2	-7,1	-4,4
- <i>Abbigliamento ed accessori</i>	-2,0	-11,6	-13,7	-6,9	-8,5	-13,6	-5,0
- <i>Prodotti per la casa ed elettrodomestici</i>	-5,5	-6,1	-6,9	-11,3	-7,4	-6,7	-7,1
- <i>Altri prodotti non alimentari</i>	-6,9	-8,5	-9,7	-7,6	-8,2	-4,4	-3,6
Piccola Distribuzione	-4,9	-9,8	-8,9	-7,9	-7,9	-6,8	-5,1
Media Distribuzione	-4,1	-5,1	-11,3	-4,5	-6,2	-7,1	-5,4
Grande Distribuzione	-1,3	-3,7	-4,0	-0,1	-2,3	-3,6	-3,5
TOTALE	-3,9	-7,6	-8,1	-5,5	-6,3	-6,0	-4,8

Elaborazioni su dati Unioncamere - Indagine congiunturale sul commercio al dettaglio (2013)

assunto dall'evoluzione recente della congiuntura abbia rappresentato o meno il *turning point* tanto atteso dagli operatori, ma è un fatto che, a giugno 2013, la componente ciclica delle vendite di settore è tornata in territorio positivo dopo oltre un anno (+1,2%).

Esattamente come nel caso dell'industria, tuttavia, è opportuno guardare oltre gli elementi che emergono dall'analisi del ciclo, e prendere atto di tutte le situazioni di malessere e difficoltà diffuse tra gli operatori del comparto. La dinamica delle vendite degli esercizi pratesi rimane infatti assolutamente insoddisfacente con contrazioni che vanno dal -3,6% per il settore degli "altri prodotti non alimentari" (farmaceutici, profumeria, commercio ambulante, negozi non specializzati, etc.) al -7,1% del settore "prodotti per la casa ed elettrodomestici". Discorso a parte merita il comparto *food* per il quale il giro di affari nella prima parte dell'anno (-7,5% il dato riferito al II° trimestre) mostra una dinamica anche peggiore rispetto al già depresso 2012⁹. Le difficoltà del

⁸ Le vendite al dettaglio del settore del commercio presentano anche in Toscana una flessione tendenziale pari al -4,8% nel secondo trimestre dell'anno, evidenziando una frenata consistente nel costante calo del giro d'affari: cfr. Unioncamere Toscana, *La congiuntura delle imprese del commercio al dettaglio in Toscana. Consuntivo II trimestre 2013 - Aspettative III trimestre 2013*, Firenze, agosto 2013.

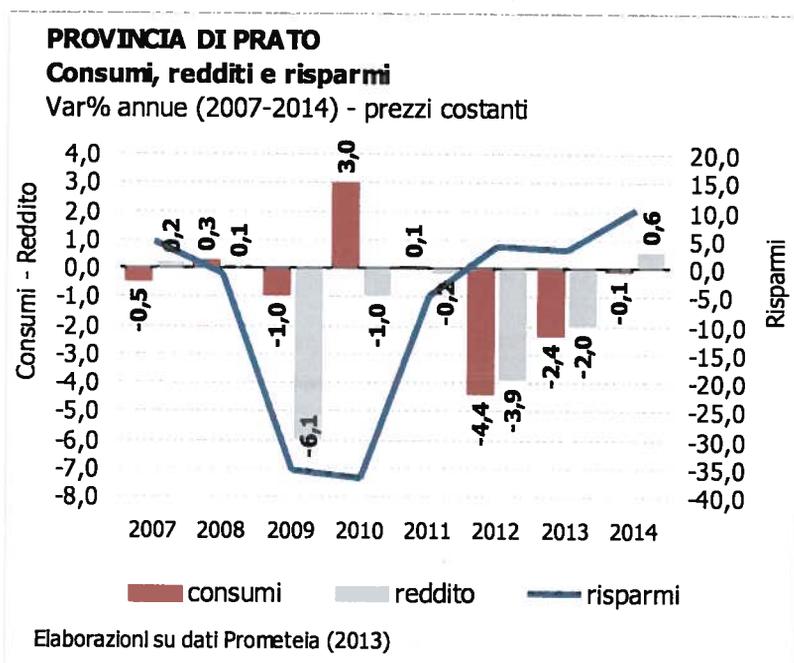
⁹ I dati negativi riferiti al comparto "alimentare" sono comunque coerenti con la dinamica regionale e (soprattutto) nazionale, dove le vendite dei prodotti food arretrano del -11% tendenziale (2013-I semestre). D'altro canto, i consumi



comparto alimentare sembrerebbero, inoltre, riflesse nei dati relativi alle vendite nella GDO che, sebbene nel complesso migliori rispetto a quelli riferiti alle altre tipologie di esercizi, presentano il peggior consuntivo semestrale a partire dal 2005 (-3,5%).

I consumi e il mercato del lavoro

Come più volte accennato sopra, sulle prospettive di un imminente recupero dei livelli di attività dei comparti produttivi e commerciali, tanto a livello nazionale quanto a livello locale, gravano in modo assai pesante le condizioni tutt'altro che favorevoli delle diverse componenti della domanda interna. Preoccupano in particolare i consumi che, anche a Prato, cominciano ormai a risentire delle difficoltà che le famiglie incontrano nel far quadrare i bilanci.



In effetti, tra il 2007 e il 2012, i redditi reali disponibili delle famiglie pratesi si sono ridotti di oltre il 10% e, secondo le ultime stime diffuse da Prometeia (luglio 2013), la flessione è attesa attorno al -2% nel corso del 2013. Il calo dei salari e dei redditi determinato dall'onda lunga della crisi si è quindi inevitabilmente trasferito sui livelli medi di spesa: i consumi finali delle famiglie pratesi, infatti, dopo la caduta di oltre il -4% del 2012, sono stimati in ulteriore contrazione nel corso dell'anno (-2,4%). Stando a questi dati sembrerebbe quindi esser venuto meno il cd. "effetto-ricchezza"

(riduzione del tasso di risparmio) che, con ogni probabilità, aveva sostenuto la dinamica dei consumi nella prima fase della crisi¹⁰. Infatti, in particolare tra il 2009 e il 2010, è assai probabile che le famiglie abbiano percepito la crisi come "transitoria" e, pertanto, modificato solo parzialmente la domanda di beni. Domanda che invece è stata pesantemente corretta al ribasso nel corso del 2012, quando la maggiore consapevolezza della situazione ha comportato un netto peggioramento delle prospettive nel medio termine. L'eccezionale persistenza e pervasività della recessione ha con ogni probabilità determinato una correzione al ribasso del tenore di vita delle famiglie, che vedono crescere il loro grado d'insicurezza e incertezza nel futuro.

Nel biennio 2012-2013, sia a Prato che nel resto del Paese, alla continua flessione dei redditi si accompagna un parziale recupero del tasso di risparmio a scapito proprio dei consumi penalizzati da tutto un insieme di elementi sfavorevoli: caduta della produzione, politica fiscale restrittiva,

alimentari sono stati penalizzati anche dalla crescita dei prezzi (+2,6%; indice dei prezzi al consumo "alimentare" in Toscana; dati tendenziali giugno 2013; fonte: Unioncamere Toscana, *La congiuntura delle imprese del commercio al dettaglio in Toscana* [...], cit.

¹⁰ Ref-Ricerche, *Famiglie e imprese: il punto sulle tendenze dell'economia italiana*, "Analisi", a. XX, n. 12, 21 giugno 2013.



contrazione dei redditi e calo dell'occupazione. E' soprattutto la fragilità del mercato del lavoro (in particolare la crescita della disoccupazione) che, in questa fase, contribuisce in modo sostanziale a determinare una maggiore propensione a risparmiare a fini precauzionali da parte dei lavoratori¹¹. Giusto per citare qualche dato di contesto, a Prato, alla disoccupazione in sensibile crescita (+25,7%, la variazione tendenziale del flusso di nuove iscrizioni allo stato di disoccupazione; 2013-I trimestre)¹², si sommano l'utilizzo ancora marcato della CIG (soprattutto "straordinaria")¹³ e la persistente debolezza della domanda di lavoro (10.494 avviamenti al lavoro nel I° trimestre 2013, -9,3% rispetto al I° trim. 2012).

Lo sviluppo del tessuto imprenditoriale

I dati relativi all'andamento della demografia imprenditoriale evidenziano, a fine giugno 2013, una buona tenuta della base produttiva della provincia. A livello aggregato la variazione della consistenza delle imprese attive è risultata pari al +0,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, un dato di modesta entità, ma comunque positivo e migliore di quanto riscontrato a livello regionale (Toscana: -1,2%) e nazionale (Italia: -1,0%). Anche il tasso complessivo di crescita

PROVINCIA DI PRATO

Imprese attive iscritte alla C.C.I.A.A. di Prato per settore e forma giuridica (giugno 2013)

(Valori assoluti e variazioni % rispetto al II Trimestre 2012)

	Società di capitale		Società di persone		Ditte individuali		Altre forme		TOTALE	
	Attive	Var.%	Attive	Var.%	Attive	Var.%	Attive	Var.%	Attive	Var.%
Agricoltura Silvicoltura e Pesca	26	4,0	80	0,0	449	-0,2	6	0,0	561	0,0
Manifatturiero	1.792	0,8	1.206	-5,2	5.248	1,8	32	3,2	8.278	0,5
Industrie tessili	879	-0,1	531	-5,3	881	0,0	0	-100,0	2.291	-1,4
Confezioni	360	-2,7	170	-11,5	3.480	2,5	1	0,0	4.011	1,4
Costruzioni	683	-2,3	569	-2,6	3.078	-4,5	164	-4,1	4.494	-3,9
Commercio	1.138	1,4	1.313	-2,6	4.484	3,4	59	96,7	6.994	2,3
Grossisti e intermediari	732	0,5	504	-3,6	2.310	4,9	46	187,5	3.592	3,5
Dettaglio	269	2,3	604	-1,5	1.915	1,5	12	0,0	2.800	0,9
Alloggio e ristorazione	202	1,5	487	2,1	375	2,7	39	5,4	1.103	2,3
Servizi	2.425	-0,2	2.193	-0,7	2.707	1,2	399	10,8	7.724	0,7
Trasporti	122	3,4	71	-2,7	352	-4,9	72	-1,4	617	-2,7
Attività informatiche	185	5,1	160	-7,5	151	4,9	3	0,0	499	0,6
Credito e assicurazioni	81	-1,2	58	-4,9	428	3,6	2	0,0	569	2,0
Attività immobiliari	1.345	-2,3	1.166	1,3	262	-1,5	68	61,9	2.841	0,2
Altre attività di servizi	58	1,8	310	-4,3	670	1,2	16	0,0	1.054	-0,5
Imprese non classificate	11	-31,3	5	0,0	11	-56,0	6	200,0	33	-31,3
TOTALE	6.277	0,1	5.853	-2,0	16.352	0,7	705	10,7	29.187	0,3

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

¹¹ L'accresciuto livello d'incertezza delle famiglie è inoltre testimoniato dai dati relativi alla raccolta bancaria: dalla fine del 2011 crescono i depositi bancari e postali, mentre flettono i risparmi "investiti" in titoli (elaborazioni su dati Banca d'Italia – Base Informativa Pubblica, settembre 2013).

¹² La dinamica d'inizio anno si somma alla crescita dei flussi d'iscrizione allo stato di disoccupazione già registrata nel 2011 e (soprattutto) nel 2012 (fonte: elaborazioni su dati S.I.L. – Regione Toscana, settembre 2013).

¹³ In provincia di Prato, ad agosto 2013 (dati cumulati), sono state 2,6 milioni le ore autorizzate di CIG (fonte: elaborazioni su dati INPS, settembre 2013).



delle imprese iscritte è risultato positivo (+1,0%) grazie a un saldo differenziale tra i flussi di iscrizione e di cessazione intervenuti durante i primi sei mesi dell'anno pari a +347 imprese.

Il settore manifatturiero appare caratterizzato da una sostanziale stabilità quasi interamente imputabile alla tenuta delle confezioni (totale imprese: +1,4%, imprese artigiane: +3,1%), mentre prosegue, anche se a ritmi inferiori rispetto al più recente passato, la contrazione delle industrie tessili (-1,4%) dovuta soprattutto alla cessazione delle imprese artigiane (-2,3%).

Condizioni congiunturali alquanto sfavorevoli continuano a penalizzare pesantemente il comparto delle costruzioni (4.494 imprese attive, -3,9% rispetto a giugno 2012) e si riflettono anche nella stagnazione dei tassi di sviluppo delle attività immobiliari (+0,2%) in atto ormai da quasi un biennio.

Segnali più incoraggianti provengono dal comparto del commercio (+2,3% la variazione totale delle imprese attive). Ai ritmi di crescita sostenuti riscontrati per le attività di grossisti e intermediari (+3,5%) si affianca

infatti anche una sostanziale tenuta del commercio al dettaglio (+0,9%). In complesso la rete distributiva della provincia

(considerando quindi anche gli esercizi commerciali che non sono sede legale di impresa) è cresciuta di un punto e mezzo percentuale rispetto al giugno 2012, grazie soprattutto alla vivacità del comparto alimentare (in particolare per quanto riguarda i panifici e le pasticcerie),

all'incremento delle strutture ricettive e pubblici esercizi (in particolare i bar) e allo

sviluppo, in atto da qualche tempo, delle forme di dettaglio ambulante. Più stagnante, invece, la dinamica di crescita dei negozi specializzati in articoli diversi dall'alimentare per i quali i dati riferiti alla consistenza degli esercizi attivi a giugno 2013 evidenziano un'ulteriore limatura al ribasso rispetto alla prima metà del 2012 (-0,3%).

PROVINCIA DI PRATO

Imprese giovanili (Attive e Incidenza % su totale provincia - giu. 2013)

	Imprese giovanili ^(*)			
	Totale attive	Incidenza % su totale imprese	Iscrizioni	Incidenza % su totale iscrizioni
Agricoltura Silvicoltura e Pesca	37	6,6	0	0,0
Manifatturiero	1.221	14,7	84	30,8
Industrie tessili	177	7,7	13	31,0
Confezioni	883	22,0	65	31,1
Costruzioni	713	15,9	44	47,3
Commercio	995	14,2	49	26,2
Grossisti e intermediari	489	13,6	35	25,9
Dettaglio	454	16,2	12	27,3
Alloggio e ristorazione	200	18,1	7	63,6
Servizi	701	9,1	36	28,3
Trasporti	58	9,4	2	33,3
Attività informatiche	52	10,4	4	50,0
Credito e assicurazioni	88	15,5	10	66,7
Attività immobiliari	114	4,0	2	6,5
Altre attività di servizi	148	14,0	5	21,7
Imprese non classificate	5	15,2	59	28,9
TOTALE	3.872	13,3	279	31,1

(*) Imprese giovanili: Consistenza delle imprese in cui la partecipazione di persone "under 35" risulta complessivamente superiore al 50% mediando le composizioni di quote di partecipazione e cariche attribuite.

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





Tiene, infine, la consistenza delle imprese attive nel comparto dei servizi (+0,7%) all'interno del quale, a fronte di un'ulteriore contrazione del settore dei trasporti (-2,7%) e una sostanziale stabilità delle attività legate ai servizi alla persona e alla riparazione di beni per uso personale e per la casa (-0,5%), si registra una ripresa dei tassi di crescita delle attività informatiche e, soprattutto, di quelle legate al credito e alle assicurazioni (+2,0%).

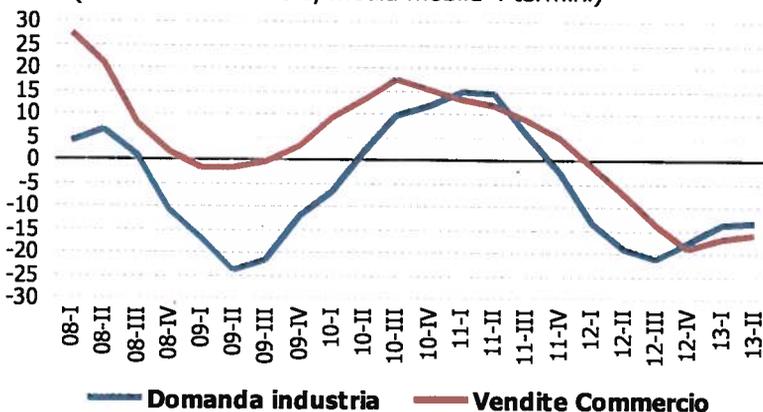
Sotto il profilo della struttura organizzativa i dati di metà anno confermano una sostanziale stabilità delle società di capitale (+0,1%) e delle ditte individuali (+0,7%) mentre si continua a registrare la flessione delle società di persone (-2,0%). Prosegue invece, e a ritmo decisamente sostenuto, l'incremento delle aziende giuridicamente classificate sotto la voce "altre forme" (cooperative, consorzi, ecc. +10,7%).

L'analisi di genere condotta sul tessuto imprenditoriale della provincia a metà 2013 ha evidenziato una dinamica in complesso soddisfacente nei tassi di sviluppo delle imprese giovanili e femminili che costituiscono, rispettivamente, il 13,3% e il 26,6% del totale delle aziende attive. Significativa, e in crescita, appare l'incidenza delle imprese promosse da giovani "under 35" nel settore delle confezioni (22,0%), delle costruzioni (15,9%), delle attività turistiche e ricettive (18,1%), del credito e assicurazioni (15,5%) e del commercio al dettaglio (16,2%).

Per quanto riguarda invece le imprese a conduzione femminile l'analisi ha evidenziato un'alta incidenza nel settore dei servizi - essenzialmente legati alla cura della persona, (50,2%) - del manifatturiero (32,3%), delle attività turistiche e ricettive (32,6) e del commercio (28,4%).

PROVINCIA DI PRATO: Aspettative degli operatori sulla domanda (industria) e sulle vendite (commercio) per il trimestre successivo

Saldi (aumenti-diminuzioni, media mobile 4 termini)



Elaborazioni su dati Unioncamere e UTC (2013)

Prospettive a breve termine

Anche se la congiuntura economica provinciale resta ancora piuttosto debole e caratterizzata da un profilo di stabilizzazione al ribasso, il profilo ciclico dell'economia pratese sembrerebbe (lentamente) risollevarsi dal punto di minimo toccato nella seconda parte dello scorso anno. In effetti, nel corso del 2013, si registra un graduale miglioramento del *sentiment* degli

operatori per quanto riguarda le prospettive di mercato a breve termine.

Ciò trova riscontro nel complessivo (ma parziale) recupero degli ordini e delle aspettative tanto sulle vendite del commercio al dettaglio quanto sulla domanda dei prodotti industriali, in particolare quella proveniente dai mercati esteri.

Tuttavia, in generale, nelle condizioni in cui si trova oggi l'economia italiana, è difficile attendersi un rapido e incisivo recupero nel breve termine non potendo contare né su una robusta espansione di tipo *export-led* (appena +0,2% la variazione stimata nell'anno in corso) né tanto meno sulla

P
A



dinamica della domanda interna, che è letteralmente crollata durante gli ultimi anni (persistente calo di consumi e investimenti) ed è stimata al -2,6% nel 2013¹⁴. Così, anche a Prato, sulla base delle informazioni congiunturali disponibili, le previsioni per la chiusura dell'anno non sono particolarmente brillanti. Infatti, nei principali settori economici, le stime relative alla produzione (industria manifatturiera) e alle vendite (commercio al dettaglio) sembrerebbero quantificare solo lievi limature al rialzo su dati tendenziali ancora sostanzialmente negativi.¹⁵

¹⁴ Ref-Ricerche, *Finita la recessione più profonda, inizia la ripresa più lenta*, "Congiuntura ref.-Previsioni", a. XX, n. 18, 15 ottobre 2013, p. 28.

15

Riferimenti bibliografici

BANCA D'ITALIA, *L'economia della Toscana*, n. 10/2013 – Rapporto Annuale, Firenze, giugno 2013.

BANCA D'ITALIA, *Bollettino Economico*, n. 73, Roma, luglio 2013.

BANCA D'ITALIA, CEPR, *Comunicato stampa €-coin*, settembre 2013.

BANCA D'ITALIA, *Bollettino Economico*, n. 74, Roma, ottobre 2013.

CCIAA Prato, *L'economia in provincia di Prato – Rapporto 2013*, 11^a Giornata dell'Economia, giugno 2013.

CCIAA Prato, *La congiuntura nel commercio a Prato*, Anno II – Numero 3 – ottobre 2013.

CCIAA Prato-UIP Confindustria Prato, *La congiuntura a Prato*, n. 37, giugno 2013.

CER – Centro Europa Ricerche, *Indicatore coincidente CoinCer*, settembre 2013.

CONFINDUSTRIA (Centro Studi), *Le sfide della politica economica*, "Scenari Economici", n. 18, settembre 2013.

IMF, *Growing Pains*, "World Economic Outlook-Update", luglio 2013.

IMF, *Transitions and Tensions*, "World Economic Outlook", ottobre 2013.

OECD, *OECD Composite Leading Indicators*, "News Release", settembre 2013.

REF-Ricerche, *Famiglie e imprese: il punto sulle tendenze dell'economia italiana*, "Analisi", a. XX, n. 12, 21 giugno 2013.

REF-Ricerche, *Segnali di ripresa dell'economia mondiale, area euro in ritardo*, "Previsioni", a. XX, n. 14, 17 luglio 2013.

REF-Ricerche, *Quali chances per l'industria italiana dalla ripresa internazionale?*, "Analisi", a. XX, n. 17, 30 settembre 2013.

REF-Ricerche, *Finita la recessione più profonda, inizia la ripresa più lenta*, "Congiuntura ref.-Previsioni", a. XX, n. 18, 15 ottobre 2013.

REF - Ricerche, CONFESERCENTI, *Le previsioni Confesercenti-Ref*, Comunicato stampa, 10 settembre 2013.

UNIONCAMERE TOSCANA, *La congiuntura delle imprese del commercio al dettaglio in Toscana. Consuntivo III trimestre 2013 – Aspettative III trimestre 2013*, Firenze, agosto 2013.

UNIONCAMERE TOSCANA, CONFINDUSTRIA TOSCANA, *Indagine congiunturale trimestrale – Industria manifatturiera*, Firenze, Comunicato stampa, settembre 2013.



CONTESTO ISTITUZIONALE

La Legge 23 dicembre 1993, n. 580 attribuisce al Consiglio camerale la funzione di determinare gli indirizzi generali dell'ente attraverso il programma pluriennale di attività e la relazione previsionale e programmatica (art. 11, co. 1 lettere c) e d)). Questo documento, propedeutico alla predisposizione del preventivo economico e del budget direzionale, rappresenta lo strumento per la ricognizione e l'aggiornamento del Programma pluriennale, a cui dà progressiva attuazione.

In conformità a quanto previsto dall'art. 5 del regolamento di contabilità (D.P.R. 254/2005) la Relazione Previsionale e Programmatica, dovendo illustrare i programmi che si intendono attuare nell'anno di riferimento in rapporto alle caratteristiche ed ai possibili sviluppi dell'economia locale e al sistema delle relazioni con gli organismi pubblici e privati operanti sul territorio, contiene in premessa un aggiornamento del contesto socio economico di riferimento.

La programmazione per il 2014 determina, con riferimento allo scenario economico attuale, un *focus* degli obiettivi da realizzare e consolidare nel corso dell'anno all'interno della cornice delle strategie definite dal programma pluriennale, approvato con deliberazione consiliare n. 2 del 4/3/2013, a cui si rinvia.

La Camera di Commercio, quale pubblica amministrazione al servizio del mondo delle imprese, deve essere capace di stimolare gli altri partner istituzionali e di orientare le scelte di politica economica locale verso soluzioni condivise ed efficaci a favore dello sviluppo locale. Il contributo della Camera deve essere sempre più volto ad assicurare concretezza e trasparenza agli interventi che saranno realizzati, senza che la pur necessaria condivisione con gli altri partner locali determini lentezze ed inefficienze.

Riguardo alle prospettive interne, la Camera lavorerà su alcune linee prioritarie quali il miglioramento della qualità e della conoscenza dei servizi offerti, il perseguimento dell'efficienza economico-finanziaria, la qualificazione della capacità di comunicare all'esterno il proprio ruolo e l'attività svolta. La Camera deve essere in grado di dimostrare e comunicare l'impatto della propria azione sul territorio, la propria capacità di rispondere alle richieste dell'utenza. Questa azione permetterà anche di individuare ulteriori spazi di miglioramento.



Nell'ultimo periodo la Pubblica Amministrazione è stata chiamata ad attuare un ampio e ambizioso percorso di riforma delle attività di programmazione e controllo, la cui attuazione è a favore di una maggiore efficienza, trasparenza ed efficacia delle politiche pubbliche. La Camera di Commercio di Prato, nel corso degli ultimi anni, ha dato avvio ad una concreta e sistematica attuazione di interventi e si è dotata di strumenti contabili e gestionali sempre più in linea con le esigenze sopra rappresentate.

Migliorare i servizi offerti dall'Ente, rendendoli adeguati alle nuove esigenze delle imprese e meglio conosciuti, affrontando quegli ostacoli che impediscono agli utenti di cogliere le opportunità di aiuto offerte. Le iniziative, gli interventi di sostegno proposti e i servizi di accompagnamento dovranno essere individuati ponendo la massima attenzione all'ascolto e alla verifica delle reali e più pressanti esigenze degli operatori, grazie anche alla collaborazione con le organizzazioni di categoria.

Dall'altro sarà massima l'attenzione alla comunicazione delle iniziative della Camera e alla trasparenza dell'attività: in questo la recente normativa di riordino degli obblighi di trasparenza concorre a migliorare quanto già posto in essere nel tempo per diffondere la conoscenza dell'attività amministrativa della Camera.

L'inarrestabile riduzione delle risorse dovute alle norme statali di contenimento della spesa pubblica, rendono necessario qualificare l'utilizzo della spesa, salvaguardando il suo contenimento senza detrimento per l'offerta dei servizi, attraverso una gestione rigorosa delle risorse umane e finanziarie. Si deve peraltro sottolineare come, con la riduzione degli incassi da diritto annuo, diventa sempre più necessario puntare su obiettivi di risparmio e sulla necessità di selezionare gli interventi promozionali, privilegiando quelli di maggiore impatto sul sistema economico e quelli più direttamente rivolti al mondo imprenditoriale. Saranno certamente valorizzate le economie di scala connesse allo sviluppo di funzioni associate con altre Camere di Commercio.

Da alcuni anni la Camera di Commercio di Prato si è dotata degli strumenti per valutare la sostenibilità finanziaria degli investimenti e monitorare, attraverso indici sintetici, il proprio stato di salute finanziaria e patrimoniale.

Analoga attenzione verrà posta anche alla crescita culturale dell'organizzazione, da attuarsi attraverso un percorso per migliorare e ottimizzare sia le risorse umane sotto il profilo soggettivo, utilizzando elementi di gestione innovativa delle risorse umane anche tramite l'implementazione delle più evolute tecnologie informatiche che consentono una più

P
A



coinvolgente condivisione delle informazioni, che le prestazioni erogate sotto il profilo oggettivo dell'efficacia, efficienza e razionalizzazione.

La Camera di Commercio potrà monitorare il perseguimento di questi obiettivi attraverso rilevazioni di customer satisfaction e indagini di benessere organizzativo.

A





LINEE STRATEGICHE

1. PRATO MODA LAB

Risorse destinate € 235.000

1.1 Fashion Valley

Obiettivo: promuovere la filiera produttiva presente sul territorio

Costruire nuove relazioni di filiera all'interno del distretto, rafforzare quelle esistenti, offrire nuove opportunità che possono derivare dalla promozione del territorio come di un centro di produzione integrato della moda. Nel corso del 2014 verrà confermato l'impegno della Camera nella promozione e nel rafforzamento della **Fashion Valley**, la piattaforma innovativa per il distretto della moda, alla quale è collegato anche un network di aziende che sono pronte a farsi conoscere all'esterno. Questa iniziativa sarà arricchita e integrata anche con il progetto "CREATE", il progetto europeo per la promozione del distretto creativo che nel 2012 la Camera di Commercio di Prato si è aggiudicata insieme a Toscana Promozione.

Proseguirà inoltre l'attività tesa a promuovere accanto alla sostenibilità ambientale – partecipando attivamente al progetto EMAS di distretto - anche la sostenibilità economica e sociale quali valori fondanti dell'agire d'impresa, promuovendo la *Corporate Social Responsibility*, focalizzando in particolare l'attenzione sull'open source economy ("dottrina" nata alcuni anni fa negli Stati Uniti ma che negli ultimi tempi si sta affermando sia in Europa che in Italia) con specifiche iniziative di informazione / formazione concordate con il sistema associativo.

1.2 Collaborazione e implementazione del Progetto Prato promosso dalla Regione Toscana

Obiettivo: stimolare la crescita e lo sviluppo economico del territorio con azioni plurisettoriali

La collaborazione della Camera di Commercio di Prato con la Regione Toscana che ha promosso il "Progetto Prato" è sempre stata intensa fin da quando l'iniziativa ha preso forma, con la finalità di creare un pacchetto di interventi coordinati tra di loro per il rilancio del territorio. P

In particolare nel 2013 la collaborazione si è concretizzata con l'approvazione di tre progetti, promossi dalla Camera di Commercio insieme alle associazioni di categoria. I progetti,



avviati nel 2013, si protrarranno per buona parte del 2014, quando verranno conclusi con la presentazione ufficiale dei risultati raggiunti.

Si tratta dei progetti:

- 1) **Progetto di filiera:** per assicurare che non si perdano anelli produttivi fondamentali per garantire la realizzazione del prodotto finito, la Camera di Commercio ha avviato una iniziativa di mappatura della filiera tessile del distretto, realizzata in collaborazione con le associazioni di categoria e cofinanziata dalla Regione Toscana nell'ambito del "Progetto Prato". Il lavoro di indagine ha finalità non solo conoscitive, ma anche strumentali alla costruzione di politiche adeguate al rilancio del distretto.
- 2) **Welfare di distretto:** il progetto ha l'obiettivo di agire sulla compressione del cuneo fiscale, cioè sulla differenza tra l'onere del costo del lavoro e il reddito effettivo percepito dal lavoratore dipendente, in una logica di "welfare integrativo distrettuale". Con questa finalità verrà realizzato uno studio e una analisi di fattibilità per evidenziare le modalità di funzionamento operativo dell'iniziativa e i possibili risvolti positivi per il sistema delle imprese
- 3) **Accesso a nuovi mercati:** il progetto ha la finalità di promuovere strumenti di internazionalizzazione a misura di micro imprese artigiane, che potrebbero essere interessanti per i mercati stranieri, ma che non hanno gli strumenti per stringere contatti autonomamente.

Al momento in cui si chiude questo documento sono in corso i lavori per l'attivazione di altre quattro linee progettuali, che potrebbero prendere forma nel 2014, così come descritte da Delibera della Giunta Regionale n. 568 del 08/07/2013:

- **vivibilità del territorio:** per rivitalizzare zone della città che presentano ampia disponibilità di spazi anche a uso ex artigianale che potrebbero essere riconvertiti a nuove funzioni;
- **efficienza energetica:** per stimolare le imprese del territorio a mettere in campo iniziative per favorire l'efficienza energetica;
- **valorizzazione della filiera del cardato:** per valorizzare e promuovere il prodotto cardato rigenerato, ma anche per stimolare l'innovazione e la ricerca attraverso nuove applicazioni;
- **supporto allo sviluppo del settore ICT:** per stimolare la crescita e la competitività del settore ICT sul nostro territorio, anche stimolando relazioni con il settore manifatturiero.



2. DESTINAZIONE PRATO

Risorse destinate € 475.000

2.1 *Iniziative di marketing territoriale*

Obiettivo: promuovere le potenzialità turistiche del territorio e valorizzare i centri storici

La Camera di Commercio valuterà, come in passato, la partecipazione all'organizzazione e/o realizzazione di iniziative di valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche locali sulla base di progetti specifici di forte impatto in termini di immagine e di ritorno per il sistema delle imprese sviluppati di concerto con e tra le associazioni di categoria. In particolare, la Camera sosterrà le iniziative di valorizzazione e animazione dei centri storici del territorio, realizzate in collaborazione con le associazioni di categoria interessate, previa presentazione da parte di queste ultime di un programma condiviso di intervento da svilupparsi nell'ottica di un miglioramento qualitativo degli interventi.

In un'ottica di marketing territoriale e di attrazione di flussi turistici ha una importanza centrale l'opportunità offerta da **Expo 2015**, un'occasione importante per farsi conoscere all'esterno, anche da pubblici qualificati. In questa ottica è fondamentale il processo di avvicinamento e di organizzazione in vista della manifestazione, per strutturare iniziative e le azioni che verranno intraprese per promuovere il territorio. Sarà quindi fatto uno sforzo di coordinamento e di progettazione per far emergere le opportunità turistiche del territorio da promuovere all'esterno e per costruire percorsi di valorizzazione in preparazione dell'appuntamento milanese

La Camera di Commercio sarà quindi impegnata, insieme con le associazioni di categoria e le istituzioni del territorio, a far emergere gli eventi di maggiore richiamo che, confluendo in uno specifico percorso territoriale individuato dalla Regione, potranno poi costituire uno strumento di attrazione turistica e di valorizzazione del territorio.

Sul fronte delle **tipicità** soprattutto in campo agroalimentare che sono presenti sul territorio, nel corso degli anni l'interesse degli imprenditori impegnati in questo campo ci ha segnalato che il lavoro per avvicinare al mercato certi tipi di produzione significa dare spazio ad interessanti opportunità di business. Ne sono un esempio il lavoro fatto sul vino e sull'olio del territorio, che saranno oggetto anche per l'anno prossimo di iniziative di valorizzazione appositamente dedicate (Vinitaly, SOL, Oleum Nostrum). La Camera si renderà altresì disponibile a valutare eventuali ulteriori proposte provenienti dalle associazioni di categoria finalizzate alla realizzazione di iniziative di valorizzazione delle produzioni tipiche locali e di promozione della filiera corta.



Proseguirà inoltre l'impegno della Camera di Commercio nel progetto regionale "Le botteghe di Vetrina Toscana", iniziativa finalizzata a valorizzare le imprese d'eccellenza dell'area che utilizzano produzioni locali.

Potranno essere individuate iniziative rivolte alla valorizzazione dell'artigianato artistico che possano contribuire in maniera adeguata alla promozione del comparto.

Le attività di controllo e certificazione sulle produzioni vitivinicole prodotte nell'area pratese saranno svolte da Toscana Certificazione Agroalimentare, organismo di controllo e certificazione, cui la Camera ha a suo tempo aderito.

La valorizzazione del sistema culturale pratese è indispensabile per consolidare l'immagine di Prato nello scenario nazionale e internazionale. Con questa convinzione la Camera conferma l'impegno a sostegno della Fondazione "Museo del Tessuto" già espresso nel 2013 e quello alla Fondazione "F. Datini".

Come già avvenuto in passato verrà inoltre valutata la disponibilità a valorizzare le altre istituzioni culturali nell'ambito di progetti e iniziative della Camera, nonché interventi di riqualificazione del patrimonio culturale pratese, con forte valenza turistica, quale gli interventi di promozione del Parco della Piana e la ristrutturazione del Ponte del Manetti, iniziativa per la realizzazione della quale è stato a suo tempo stipulato apposito protocollo d'intesa con la Provincia e i Comuni interessati che tuttavia, ad oggi, non ha ancora visto l'emanazione dei relativi decreti regionali di attuazione.

Infine è opportuno promuovere Prato anche come una mèta interessante per nuove imprese che fossero interessate ad insediarsi. In tale ottica proseguirà l'impegno della Camera nel progetto "WPrato", iniziativa di marketing territoriale promossa dalla Provincia di Prato in collaborazione con le associazioni di categoria e le istituzioni del territorio.

2.2 La sede camerale, uno spazio aperto per la città

Obiettivo: aumentare l'attrattività del territorio

In seguito al trasloco all'interno della nuova sede camerale, l'Ente ha avviato un lavoro di promozione e di lancio dello spazio come di un luogo aperto alla città, dinamico e polifunzionale, in grado di ospitare iniziative di diverso genere. Nel corso del 2014 questa attività verrà portata avanti con impegno, sia per cercare di far conoscere Prato e l'auditorium della Camera all'esterno che per attrarre nuove iniziative sul territorio.



3. PRATO CITTA' DEGLI IMPRENDITORI

Risorse destinate € 260.000

3.1 Crescita della cultura imprenditoriale

Obiettivo: aumentare il livello di preparazione degli imprenditori e stimolare la nascita di nuovi imprenditori

Prato è storicamente sempre stata un territorio favorevole all'imprenditoria, ha dato spazio sia a nuove attività, ha dato una risposta positiva a coloro che hanno voluto mettersi in gioco con un'attività in proprio. Per anni è stata questa la forza del distretto, che ne ha anche garantito una grande vitalità. Per recuperare questo primato è importante lavorare in due direzioni: promuove l'**imprenditorialità**, con attenzione particolare ai giovani e all'imprenditoria femminile, e allo stesso tempo impegnarsi per potenziare la **cultura imprenditoriale** di chi ha già una propria impresa e deve affrontare sfide sempre nuove. In tale prospettiva, oltre ad organizzare momenti formativi dedicati, la Camera proseguirà il proprio impegno nei progetti di alternanza scuola lavoro, intesi come momenti di confronto e di relazione tra il tessuto imprenditoriale e le scuole del territorio.

In questa ottica è assolutamente prioritario l'obiettivo di stimolare l'avvicinamento al mondo imprenditoriale da parte dei **giovani**, chiamati ad essere i nuovi attori per lo sviluppo del territorio. A questo fine verranno messe in campo una serie coordinata di iniziative per fare in modo che i giovani si sentano stimolati a mettersi in gioco nella sfida imprenditoriale, cogliendo l'opportunità che questa può rappresentare anche per lo sviluppo del proprio progetto di vita. A questo fine verrà riconosciuta una premialità speciale alle aziende giovanili che parteciperanno ai bandi camerali; verranno promossi nuovi strumenti di collaborazione e di promozione tra nuove imprese (coworking o temporary stores); verrà attivato un percorso di avvicinamento alle modalità di accesso ai finanziamenti esterni, sia promuovendo incontri con il sistema del credito che promuovendo e monitorando lo sviluppo del crowdfunding (azione trasversale alla linea 3.3 Rapporto imprese/credito). Sempre nell'ottica di stimolare l'approccio all'imprenditoria, sarà inoltre valutata la possibilità di creare un progetto che stimoli la successione d'impresa, con una sorta di accompagnamento/mentoring che l'imprenditore uscente potrebbe fare sul nuovo imprenditore che subentra.

Sarà inoltre valutata l'opportunità di sostenere, con specifici bandi, interventi delle imprese finalizzati alla formazione e aggiornamento professionale, nonché per l'acquisizione di servizi qualificati al fine di migliorare l'assetto gestionale, produttivo, tecnologico e organizzativo delle imprese.



3.2 Promozione dell'imprenditoria

Obiettivo: Favorire la nascita di nuove imprese - Stimolare l'imprenditoria femminile e la presenza femminile in ruoli apicali

La Camera proseguirà nel proprio impegno a favore dell'imprenditoria femminile, attraverso – tra l'altro – le attività del Comitato per l'Imprenditoria Femminile.

Per quanto concerne la nuova imprenditoria, la Camera valuterà l'eventuale riproposizione del bando sulle nuove attività, avviato nel 2013 e per il quale al termine verrà effettuata una valutazione in ordine alle ricadute sul territorio. Proseguirà inoltre la gestione del Fondo Sviluppo Nuove Imprese, attraverso il monitoraggio e la verifica in itinere delle società partecipate.

Proseguirà inoltre l'attività del Fondo Santo Stefano, iniziativa di microcredito imprenditoriale alla quale la Camera ha aderito sin dall'avvio delle attività, avvenute nel 2012.

La Camera supporterà altresì le attività del Comitato Imprenditoria Sociale e Microcredito, recentemente costituito, con lo scopo di supportare le iniziative afferenti il mondo dell'imprenditoria sociale.

3.3 Rapporto imprese/credito

Obiettivo: Ridurre il credit crunch registrato nel distretto

In tale prospettiva la Camera potrà organizzare momenti di incontro tra imprese e sistema bancario. Allo scopo di favorire l'accesso al credito da parte delle imprese, la Camera potrà eventualmente valutare l'adozione di ulteriori iniziative di concerto con le associazioni di categoria del territorio.

Al fine di favorire adeguati livelli di liquidità alle imprese, la Camera di commercio valuterà con attenzione le iniziative rivolte alla promozione del microcredito imprenditoriale.

Fidi Toscana manterrà la propria presenza su Prato attraverso lo sportello aperto presso i locali dell'ente.

3.4 Processi di integrazione delle comunità straniere che operano sul territorio

Obiettivo: Promuovere la cultura della legalità

Per promuovere la **cultura della legalità**, la Camera di Commercio continuerà ad operare con lo sportello di mediazione culturale in lingua cinese e porterà avanti la propria collaborazione con gli enti e le associazioni del territorio impegnate su questo tema. Porterà



inoltre avanti il proprio impegno nel **monitoraggio** costante della **realtà imprenditoriale** locale con un *focus* anche su quella straniera, per offrire un quadro sempre aggiornato dell'andamento dell'economia del territorio, premessa fondamentale per mettere in campo iniziative che siano efficaci.

3.5 Aggregazioni di imprese

Obiettivo: Promuovere la creazione di aggregazioni funzionali tra le imprese

La Camera di Commercio porterà avanti, nel rispetto del principio di sussidiarietà, la propria opera di sensibilizzazione per promuovere la formazione di raggruppamenti di imprese: dalle reti di impresa, continuando l'esperienza di promozione delle reti nel commercio, alle associazioni temporanee ovvero ad altre forme di aggregazione, più o meno strutturate.

4. PRATO DIVERSIFICA

Risorse destinate € 115.000

4.1 Distretto innovativo

Obiettivo: Stimolare la diversificazione all'interno del territorio

Prato è storicamente un distretto produttivo, che negli anni ha saputo dare spazio alla diversificazione, gettando le basi per la creazione di un **distretto dell'innovazione**, seguendo un cambiamento già in atto all'interno del tessuto imprenditoriale. Nel corso del 2014 si cercherà di dare spazio ai servizi innovativi, con iniziative di sensibilizzazione, organizzazione di momenti di incontro, per condividere idee ed esperienze.

La Camera di Commercio ritiene importante proseguire nella realizzazione e nel sostegno di iniziative per promuovere con efficacia l'utilizzo dei diritti di proprietà industriale quale strumento fondamentale per valorizzare e sostenere la capacità innovativa e competitiva delle aziende, soprattutto in un territorio, come quello pratese, caratterizzato da un tessuto di piccole e medie imprese da sempre votato all'innovazione.

4.2 Green Economy

Obiettivo: Creare le condizioni per potenziare questo settore all'interno del territorio

La Camera di Commercio porterà avanti il proprio impegno nella promozione della Green Economy, cercando di valorizzare e promuovere le iniziative in tale ambito che si stanno





attivando in vari campi sul territorio. Proseguirà inoltre l'impegno per la promozione e la valorizzazione del marchio Cardato Regenerated CO2 Neutral, che in questi anni ha riscosso l'interesse di diverse aziende del territorio. Il marchio si presenterà sul mercato arricchito da un nuove informazioni di sostenibilità legate al prodotto, in particolare quelle legate alla LCA Lyfe Cycle Assesment, che permettono di misurare l'impatto ambientale globale della produzione. Il restyling del marchio dovrebbe essere in grado di attrarre nuove aziende.

4.3 Infrastrutture

Obiettivo: Rendere il territorio più competitivo per le imprese che vi operano

Per mantenere il territorio competitivo, è fondamentale occuparsi della **dotazione infrastrutturale**, uno degli elementi che può maggiormente influire sulla competitività delle imprese.

La Camera di Commercio manterrà alta la propria attenzione sul tema delle infrastrutture e della logistica. In tale contesto si inserirà il consolidamento del ruolo dell'Interporto (anche a seguito dell'attivazione di nuovi servizi presso i suoi spazi). Va tuttavia presidiato il contesto strategico sul piano dell'Area Vasta in relazione all'integrazione del sistema aeroportuale toscano e agli interventi sul polo fieristico.

5. PRATO VERSO IL MONDO

Risorse destinate € 645.000

5.1 Supportare l'internazionalizzazione delle imprese

Obiettivo: Favorire la penetrazione delle imprese nei confronti dei mercati esteri - Supportare lo sviluppo della commercializzazione dei prodotti delle micro e piccole imprese

Entrare in contatto con nuovi mercati e con nuovi clienti, facendo conoscere i propri prodotti, facendo leva sul fascino che il Made in Italy riscuote ancora in molte aree del mondo. Per cercare di aiutare le imprese ad affacciarsi su questi nuovi mercati, la Camera di Commercio di Prato continuerà ad operare con le sue iniziative di **internazionalizzazione**, che ogni anno riscuotono un interesse sempre maggiore.

Per il 2014 sarà valutata la prosecuzione di alcune iniziative già realizzate nel corso degli anni precedenti (Rethinking the Product, pgt Filati in Giappone) che hanno riscosso particolare apprezzamento tra le imprese. Sarà poi valutata la possibilità di organizzare degli



incoming di operatori da paesi ritenuti di particolare interesse. Come di consueto si procederà inoltre con le attività dello sportello SPRINT e con la realizzazione di percorsi formativi rivolto ad imprese e professionisti in materia d'internazionalizzazione.

Il supporto ai processi di internazionalizzazione proseguirà anche attraverso misure a sostegno delle imprese per la partecipazione a mostre e fiere in Italia e all'estero, nonché di forme aggregative per la partecipazione a iniziative di promozione sui mercati esteri.

La Camera valuterà altresì la prosecuzione del progetto sulle Nuove Imprese Esportatrici, già presentato a valere sul FP 2012, allo scopo di consolidarne l'esperienza in una prospettiva di internazionalizzazione delle imprese del territorio.

6. PRATO NELL'AREA METROPOLITANA

Risorse destinate € 70.000

6.1 Crescere nell'area metropolitana

Obiettivo: Contribuire a far crescere Prato all'interno dell'area vasta, valorizzandone ruolo e specificità

Aprire un confronto concreto e costruttivo all'interno dell'**area vasta**, su temi strategici e di interesse comune: la Camera di Commercio di Prato porterà avanti questo percorso di collaborazione con le Camere di Commercio di Pistoia e di Firenze, cercando di elaborare iniziative comuni progettate nell'interesse delle aziende dell'area.

In particolare proseguirà il processo di avvicinamento e di collaborazione con la Camera di Commercio di Pistoia anche per lo sviluppo e la riorganizzazione di alcuni servizi, cercando di coinvolgere in questa iniziativa anche altre Camere di Commercio limitrofe, che possono risultare simili a Prato per dimensioni e per struttura imprenditoriale. Saranno inoltre ulteriormente sviluppate le sinergie che le altre camere di commercio della Toscana, in particolare Pisa e Lucca, per la realizzazione di progettualità condivise.

6.2 Analisi e conoscenza del sistema economico locale

Obiettivo: Monitorare l'economia del territorio

Il sistema camerale, con la sua struttura a rete radicata sul territorio, costituisce un osservatorio privilegiato per leggere con attenzione lo stato di salute del nostro tessuto produttivo. Infatti grazie ai dati del Registro delle Imprese, ai flussi di dati con le altre



amministrazioni e agli altri punti di osservazione della rete camerale è in grado di monitorare tempestivamente gli effetti dell'evoluzione economica sui modelli e sui livelli di sviluppo dei territori.

La Camera di Commercio sarà quindi impegnata in progetti nazionali coordinati da Unioncamere, quali ad esempio la "Giornata dell'Economia", e in progetti regionali quali gli Osservatori Economici (bilanci, manifatturiero, commercio al dettaglio, artigianato), coordinati da Unioncamere Toscana; a livello locale sarà confermata l'indagine congiunturale sul comparto tessile/abbigliamento, pur sensibilmente rivista per quanto concerne la metodologia di rilevazione. Si proseguirà inoltre nell'attività di monitoraggio sulla dinamica demografica e strutturale delle imprese gestite da cittadini stranieri, con particolare riferimento al fenomeno dell'imprenditoria cinese.

Infine proseguirà il proprio impegno nel Progetto Excelsior, per individuare e soddisfare il fabbisogno di specifiche professionalità in un contesto economico locale che sta lentamente cambiando.

6.3 Prato nel sistema camerale nazionale

Obiettivo: Garantire alla Camera di Commercio di Prato la possibilità di far sentire la propria voce a livello nazionale

Partecipare attivamente all'**attività del sistema camerale**, sia a livello regionale che nazionale, è un modo per far conoscere le istanze del territorio a tutti i livelli, coltivando sinergie che possono essere importanti. Per questo, anche tenuto conto del nuovo auditorium della Camera di Commercio di Prato, saranno attivati contatti per ospitare a Prato uno degli eventi nazionali del sistema.

6.4 Piano di Comunicazione

Obiettivo: Migliorare la conoscibilità delle attività dell'ente e Promuovere l'immagine del territorio

Il Piano di Comunicazione è lo strumento con il quale l'ente programma le iniziative di comunicazione e informazione che verranno svolte nel corso dell'anno, individuando gli strumenti che verranno utilizzati e le priorità. Il piano 2014 sarà approvato dalla Giunta entro il mese di novembre ed è finanziato con le risorse che saranno determinate in sede di preventivo nella misura minima stabilita dalla L. 150/2000.

Il piano di comunicazione si sviluppa sulle seguenti direttrici:



COMUNICARE l'attività dell'ente e, in una logica più ampia, contribuire a creare un'immagine appetibile del territorio e del sistema delle imprese, cercando di metterne in luce le potenzialità.

INFORMARE il proprio pubblico e la potenziale utenza sulla propria attività e sui servizi svolti, di volta in volta individuando gli strumenti adeguati, con un linguaggio semplice e comprensibile, ma allo stesso tempo esauriente.

MONITORARE il rapporto con l'utenza e con il proprio pubblico di riferimento, attraverso sia lo strumento della customer satisfaction che attraverso l'interpretazione della rassegna stampa giornaliera

ORGANIZZARE E PROMUOVERE iniziative di valorizzazione e animazione del territorio, destinate a comunicare meglio l'immagine del territorio di Prato verso l'esterno.

7. IL FINANZIAMENTO DELLE LINEE STRATEGICHE

Il piano di interventi economici che potranno essere posti in essere per dare attuazione alle linee strategiche dovrà mantenere il livello di impegno economico degli anni precedenti, quindi in almeno due milioni di euro, assorbendo così tutte le risorse derivanti dalla maggiorazione del 20% del diritto annuale.

Le risorse derivanti dal progetto PIS con la Regione Toscana, nonché da progettualità sviluppate dall'ente e sottoposte a valutazione di soggetti regionali o nazionali (Toscana Promozione e Unioncamere nazionale) saranno destinate al finanziamento delle linee strategiche sopra delineate.

4

1



ATTIVITA' AMMINISTRATIVA/ISTITUZIONALE

Una PA per le imprese

Obiettivo: la semplificazione amministrativa

Nel corso degli ultimi anni si sono registrati numerosi interventi normativi tesi all'unificazione dei procedimenti, al loro snellimento ed ad un utilizzo esteso dell'informatica. Si rammentano fra i più significativi: le modifiche alla normativa sulle procedure concorsuali, per favorire la continuità aziendale, l'attuazione della Direttiva Servizi, il Sistri, il deposito dei bilanci in formato .xbrl, le norme sulle s.r.l. e l'organo di controllo societario.

In tale contesto, sempre più dinamico, il ruolo assunto da tempo dalla Camera di Commercio - consapevole del fatto che informatizzare i procedimenti non significa automaticamente semplificare la vita delle imprese - è quello di favorire la circolazione delle informazioni con un costante sforzo teso a proporre e stimolare una regolamentazione che si riveli realmente semplificata. Ciò attraverso l'emanazione di prontuari e guide condivisi – quanto meno a livello regionale - sui principali adempimenti e l'eventuale organizzazione di seminari e corsi atti a supportare le imprese e i soggetti intermediari nella corretta esecuzione degli obblighi di legge. Il sito camerale sarà tempestivamente aggiornato per informare l'utenza di tutte le novità, adempimenti e scadenze.

La Camera continuerà - attraverso i servizi specialistici anagrafici - ad offrire la propria assistenza sull'avvio delle pratiche agli utenti e a promuovere l'utilizzo di strumenti che possono agevolare una gestione autonoma e più rapida. D'altro canto rimane sempre attivo il dialogo con le categorie professionali, da realizzarsi anche attraverso incontri e tavoli di lavoro su specifiche tematiche.

La Camera di Commercio nell'ambito delle proprie attività di semplificazione e "anti burocrazia" mette in campo le proprie competenze e relazioni per eliminare le barriere che limitano il dovere delle Pubbliche Amministrazioni di reperire al loro interno tutte le informazioni raccolte nell'ambito dei rispettivi procedimenti amministrativi, senza doverle richiedere alle imprese e all'utenza in generale.

Tra Pubbliche Amministrazioni la dematerializzazione dei procedimenti avverrà tramite collegamento informatico che assicuri lo scambio delle reciproche notizie (accesso banche dati dei Comuni, servizi integrati Tribunale) e l'utilizzo della posta elettronica certificata.

Verrà valutata la possibilità di avvalersi dell'Istituto di Pagamento di Infocamere strumento



concreto di semplificazione amministrativa per il pagamento elettronico di tutti i servizi erogati dalla Camera.

Verrà ulteriormente perseguito il miglioramento della qualità dei dati presenti nel Registro Imprese attraverso trattamenti mirati ad individuare le anomalie, al recupero di dati ed informazioni in possesso di altri enti, all'adeguamento degli output alle recenti novità normative (meccatronica, responsabili tecnici degli acconciatori e delle tintolavanderie).

Continuerà l'attività di pulizia del registro anche attraverso le cancellazioni d'ufficio di imprese non più operative (DPR. 247/07) al fine di garantire un funzionamento più efficace ed efficiente del sistema pubblicitario delle imprese, evitando di conseguenza che vengano falsati dati e statistiche ed alterate le informazioni rilevanti per il mercato sulle realtà economiche effettivamente operanti sul territorio, con riduzione di oneri e costi burocratici inutili.

E' ipotizzabile la realizzazione nel corso dell'anno dell'interoperabilità della piattaforma SUAP della Regione Toscana con il Registro delle Imprese, al fine di realizzare l'interscambio informativo utile ai SUAP e al Registro Imprese per lo svolgimento delle rispettive funzioni istituzionali e consentire anche alle imprese della Toscana di poter inviare una SCIA in modo contestuale alla Comunicazione Unica. A tale proposito Infocamere ha proposto alla Regione di realizzare in cooperazione applicativa l'integrazione dei due sistemi.

Dal punto di vista dei processi interni e nel perseguimento di migliorare l'efficienza del Registro delle Imprese verranno impiegati e sperimentati i controlli Quality Check che permettono di standardizzare i controlli e ridurre i tempi dell'istruttoria, consentendo in prospettiva di ridurre il numero dei sospesi. Proseguirà inoltre la collaborazione con Infocamere per la semplificazione dell'attività di data entry e l'impiego di strumenti di gestione dei flussi delle istanze e delle denunce (Smistatore e Assegnatore).

Regolazione del mercato e tutela dei consumatori

Obiettivo: Mantenere l'impegno per garantire una corretta operatività del rapporto tra imprese e tra imprese e consumatori

In seguito al ripristino dell'obbligatorietà della mediazione civile e commerciale, avvenuto con il Decreto cd " Fare" (DL 21 giugno 2013 n. 69 convertito in legge 9 agosto 2013 n. 98), la Camera di Commercio sarà impegnata nel consolidamento delle attività del proprio



Organismo di Mediazione, con particolare riferimento alle novità introdotte dalla normativa in esame. La Camera sarà altresì impegnata nel funzionamento della propria camera arbitrale e, più in generale, nella promozione delle sue attività.

Gli interventi relativi a vigilanza del mercato, sicurezza dei prodotti e metrologia legale continueranno ad essere realizzati nell'intento di indurre le imprese a comportamenti virtuosi e di responsabilizzarle – anche attraverso seminari o incontri mirati – affinché siano consapevoli del beneficio che il rispetto delle regole e degli interessi più generali può portare alla collettività degli operatori nel suo complesso, attraverso il libero dispiegamento delle potenzialità economiche di ciascuno. Su questo fronte di attività continuerà anche per il nuovo anno la collaborazione con altri organi controllori (quali ad esempio la Guardia di Finanza) tesa a razionalizzare e unificare gli interventi ispettivi presso le imprese.

In seguito all'approvazione del Protocollo d'Intesa tra Ministero per lo Sviluppo Economico e Unioncamere per la realizzazione di iniziative in materia di controllo, vigilanza del mercato e tutela dei consumatori, la Camera ha stipulato apposita convenzione con la stessa Unioncamere per la definizione del quadro dei controlli. In relazione a ciò, nel 2014 la Camera sarà impegnata nel completamento del piano dei controlli concordato, riguardante varie aree di intervento tra cui la metrologia, la sicurezza prodotti, l'energia e l'etichettatura del tessili.

La Camera ritiene inoltre che la lotta alla contraffazione sia un elemento centrale nell'affermazione della legalità e nella correttezza delle relazioni commerciali tra le imprese; per tale motivo presterà particolare attenzione a tutte quelle iniziative che si mostreranno meritevoli di sostegno, anche provenienti da soggetti terzi, finalizzate a combattere il fenomeno e ripristinare la trasparenza del mercato.

Per adempiere al disposto della riforma della legge 580, proseguirà il confronto con le altre Camere toscane finalizzato ad accrescere le funzioni di regolazione del mercato svolte in forma associata, con l'intento di realizzare economie di scala che potrebbero derivare dall'ampliamento delle sinergie operative.

Con il duplice scopo di tutelare i consumatori e di fornire agli operatori economici coinvolti spunti e indicazioni utili a garantire la massima trasparenza e correttezza nei rapporti con l'utenza potranno essere esaminate le condizioni generali di contratto di un settore da individuare.

Verrà conclusa la Revisione degli usi provinciali avviata nella seconda metà del 2013.



Monitoraggio dell'economia del territorio

Obiettivo: Fornire elementi conoscitivi ai decision making per delineare le politiche di intervento

Alle Camere di Commercio sono attribuite importanti funzioni di monitoraggio dell'economia del territorio, in ragione del particolare rapporto di conoscenza delle dinamiche economiche locali. La Camera proseguirà pertanto nel proprio ruolo di osservazione e monitoraggio dell'economia locale, anche in collaborazione con gli osservatori economici del sistema camerale toscano, fornendo agli operatori interessati e alle istituzioni un servizio ad alto valore aggiunto.

Gestione strategica, qualità, innovazione organizzativa

Obiettivo: Promuovere la cultura della trasparenza e Potenziare gli strumenti di misurazione delle performance

Nello svolgere il suo programma di azioni per il 2014, la Camera dovrà tenere conto dei vincoli posti ad opera del Governo centrale; le misure per contrastare la crisi adottate nel corso degli ultimi anni, infatti, hanno un impatto significativo sull'organizzazione dell'ente e sulla gestione del personale, confermando la tendenza, in atto ormai da alcuni anni, verso un sempre maggiore contenimento dei costi di struttura e degli organici.

Considerato quindi l'attuale quadro normativo, l'Ente dovrà rinnovare un'attenta analisi della propria struttura organizzativa in relazione ai servizi da erogare all'utenza, considerare la vasta **informatizzazione** dei processi di lavoro sia interni che esterni e quindi prevedere il ricorso, per lo svolgimento delle proprie attività, prioritariamente a strumenti quali la flessibilità oraria, la mobilità, le collaborazioni all'interno dei Servizi e trasversali ai Settori.

Tali riflessioni si rendono necessarie tenuto conto che i limiti posti dalle leggi finanziarie degli ultimi anni in materia di reclutamento del personale non consentono di programmare in tempi brevi le nuove assunzioni di personale a tempo indeterminato a copertura del turn over, e che le disposizioni di legge continuano a muoversi nella direzione delle misure di restrizione per la gestione del personale e di contenimento della spesa.

Per quanto concerne la politica di sviluppo delle risorse umane, l'attenzione è stata e dovrà essere finalizzata verso i seguenti obiettivi:

- incremento della produttività delle risorse umane disponibili, anche attraverso processi di riorganizzazione degli uffici, la valorizzazione del personale con momenti di formazione e riqualificazione;



- costante attenzione a sistemi di controllo di gestione e di valutazione del conseguimento dei risultati.

Occorrerà valutare come il continuo mutamento del quadro istituzionale inciderà sul sistema camerale e sul ruolo che il medesimo dovrà rivestire al cospetto del mondo delle imprese e dei consumatori, avvertendo sin da ora come la diversificazione dei servizi erogati imponga l'acquisizione di figure professionali specifiche, non sempre attuabile tramite processi di riqualificazione interna.

La programmazione triennale del fabbisogno di personale (2014-2016) dovrà essere adottato nel corso dell'anno e avrà il compito di conciliare le esigenze di bilancio e quelle imposte dal mantenimento degli standard di servizi istituzionali alle imprese e dai nuovi servizi, derivanti dai continui trasferimenti di funzioni da parte dello stato e della regione, e dalle nuove modalità di erogazione dei medesimi, anche mediante la previsione di ulteriori figure professionali.

Tuttavia, con la norma sulla riduzione delle spese del personale e l'introduzione di nuove regole per le assunzioni – che ha una valenza di medio periodo – la Camera non potrà procedere alla copertura del turn over, se non tramite il ricorso a mobilità; dovrà pertanto operare nei limiti consentiti dalla legge, a contratti di lavoro flessibile.

La formazione, l'innovazione organizzativa e tecnologica e l'utilizzo degli strumenti informatici rappresentano oggi le leve per aumentare il livello di produttività, razionalizzare le attività degli uffici e ottimizzare le prestazioni delle risorse umane per realizzare lo sviluppo dei servizi anche attraverso una "moderna" e "competitiva" gestione del personale.

Centrali gli investimenti sul capitale umano, da realizzarsi con percorsi formativi mirati in grado di rispondere alle nuove esigenze e contribuire all'evoluzione dell'organizzazione, in primo luogo valorizzando le capacità di coordinamento e di integrazione tra funzioni e strutture diverse e il lavoro per progetti.

Infatti, l'innovazione e il successo delle organizzazioni dipendono sempre più dalla loro capacità di sviluppare collaborazioni sia all'interno che all'esterno, stringendo partnership con altre organizzazioni. In questo senso si proseguirà con le iniziative intraprese per lo svolgimento di funzioni associate con altre realtà camerale.

Per questa ragione, la Camera attribuisce un ruolo strategico alla formazione che accompagna i dipendenti lungo tutto l'arco della propria vita professionale e, per quanto l'investimento in formazione sia stato fortemente ridotto in termini economici in attuazione