

RELAZIONE
SULLA GESTIONE E SUI RISULTATI
DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI PRATO
01 gennaio 2020 - 30 settembre 2020

Inquadramento e finalità della relazione

Scenario economico di riferimento

Lo scenario internazionale e l'economia italiana

La situazione economica in provincia di Prato a fine settembre 2020

Gli interventi per il territorio

A) Macro area di intervento: Imprese e produttività

Linea strategica PRATO MODA LAB

Linea strategica DESTINAZIONE PRATO

Linea strategica PRATO CITTA' DEGLI IMPRENDITORI

B) Macro area di intervento: Competitività

Linea strategica PRATO DIVERSIFICA

Linea strategica PRATO VERSO IL MONDO

C) Macro area di intervento: Sistema camerale e Produttività

Linea strategica PRATO NELL'AREA METROPOLITANA

Attività istituzionali e amministrative

Il processo di accorpamento

La gestione dell'emergenza

Il quadro delle risorse

Le risorse finanziarie

Il patrimonio immobiliare e mobiliare

Le risorse umane

Analisi di Solidità Patrimoniale

Allegati

- Bilancio di esercizio per funzioni istituzionali
- Schede P.I.R.A. al 30.09.2020
- Attestazione tempi di pagamento
- Modalità di attuazione limiti di spesa

Inquadramento e finalità della relazione

Il bilancio di esercizio 2020 della Camera di Commercio di Prato è un bilancio di chiusura infrannuale, alla data del 30 settembre 2020, poiché l'Ente, a decorrere dal 1 ottobre 2020, è confluito a seguito di accorpamento con la Camera di Commercio di Pistoia, nella nuova Camera di Commercio di Pistoia-Prato. Un confronto con il precedente esercizio non risulta pertanto particolarmente significativo.

Con DPGR n. 47 del 17 marzo 2020 è stata definita la composizione e la data dell'insediamento della Camera di commercio di Pistoia-Prato che ha visto la luce il 30 settembre scorso.

Giunge a conclusione l'iter previsto dal Decreto 16 febbraio 2018 (emanato dal MISE in attuazione del comma 4 dell'articolo 3 del Decreto Legislativo 25 novembre 2016, n. 219), relativamente alle misure organizzative di razionalizzazione del sistema camerale che aveva anche formalizzato la nomina del Commissario *ad acta*, il quale ha avuto la responsabilità del processo di accorpamento tra la Camera di Commercio di Prato e di Pistoia.

Gli ultimi mesi di attività della Camera di Prato sono stati quindi dedicati all'attuazione degli indirizzi dettati dal Consiglio camerale pratese, in un momento storico di grande difficoltà e incertezza per il nostro Paese, duramente provato dalla pandemia, con conseguenze che hanno – a partire dal marzo 2020 in avanti – profondamente segnato il tessuto sociale ed economico del nostro territorio. La Camera ha impiegato ogni energia per rimanere accanto alle imprese e alle istituzioni, garantendo in ogni momento i servizi agli utenti e la collaborazione alle istituzioni, tenendo fermo l'obiettivo prioritario di tutelare la salute dei lavoratori e degli utenti. Sullo sfondo, colonna sonora di questo anno memorabile, il processo di accorpamento con la Camera di Pistoia e il percorso di riforma del sistema camerale, che dopo una difficile fase di assestamento e razionalizzazione con il taglio delle entrate, è tuttora in attesa del suo completamento.

La relazione al bilancio, al fine di agevolare la stesura della relazione della performance da parte della nuova Camera di commercio, potrà evidenziare per il periodo infrannuale di attività della Camera di commercio di Prato, i risultati raggiunti rispetto agli obiettivi strategici e operativi individuati nei piani della performance approvati dal medesimo ente.

Al riguardo si ricorda che il Consiglio camerale si era insediato il 7 novembre 2012 e aveva approvato il proprio Programma di mandato per il periodo 2013-2017 con deliberazione n. 02/13 del 4 marzo 2013, dal quale poi erano promanate le politiche della preesistente camera di Prato, nell'arco di tutto il mandato che – per gli effetti della riforma del sistema camerale e del "congelamento" degli organi in carica alla sua entrata in vigore – si è protratto fino alla nascita della nuova Camera di Pistoia-Prato.

Il documento programmatico aveva identificato due macro-aree d'intervento, "**imprese e produttività**" e "**competitività**", nell'ambito delle quali erano state individuate le seguenti linee strategiche di intervento¹:

¹ Gli obiettivi strategici di mandato sono risultati coerenti con la nuova "mappa dei servizi" così come delineata dal decreto ministeriale 7 marzo 2019.

Il decreto (ri)definisce i servizi che il sistema delle Camere di Commercio è tenuto a fornire sull'intero territorio nazionale, in relazione alle funzioni amministrative ed economiche individuate dalla legge novellata. Tra i servizi relativi alle funzioni amministrative ed economiche troviamo: la gestione del Registro delle imprese; la gestione del SUAP e del fascicolo elettronico d'impresa; la gestione dei servizi a garanzia della regolarità di concorsi e operazioni a premio; informazione, vigilanza e controllo su sicurezza e conformità dei prodotti; la gestione delle sanzioni amministrative; la gestione di servizi inerenti la metrologia legale; la tenuta del registro nazionale dei protesti; i servizi di composizione delle controversie e delle situazioni di crisi; la rilevazione dei prezzi/tariffe e Borse merci; la tutela della proprietà industriale; i servizi di informazione, formazione e assistenza all'export; la gestione dei servizi di assistenza alla digitalizzazione delle imprese; servizi connessi all'agenda digitale; la tenuta dell'Albo gestori ambientali.

Secondo quanto stabilito al comma 2 dell'art. 1, le Camere di commercio dovranno svolgere in modo prioritario, con riferimento alle funzioni promozionali, le attività relative a "iniziative a sostegno dei settori del turismo e della cultura; iniziative a sostegno dello sviluppo d'impresa; qualificazione delle imprese, delle filiere e delle produzioni".

A) Macro area d'intervento "Imprese e produttività"

- Prato Moda Lab
- Destinazione Prato
- Prato città degli imprenditori

B) Macro area d'intervento "Competitività"

- Prato Diversifica
- Prato verso il mondo

C) Macro area d'intervento "Sistema camerale e Produttività"

- Prato nell'area metropolitana

La relazione al rendiconto è redatta, ai sensi dall'art. 24 del D.P.R. 2 novembre 2005 n. 254, per riassumere le valutazioni di efficacia dell'azione condotta nel decorso esercizio, sulla base dei risultati conseguiti, in termini finanziari, economico-patrimoniali oltre che programmatici, secondo quanto approvato nella Relazione Previsionale e Programmatica e nel piano degli obiettivi di gestione.

La **Relazione sulla Gestione**² risponde allo scopo di illustrare i risultati conseguiti rispetto agli obiettivi e ai programmi fissati dal Consiglio in sede di predisposizione dei documenti di programmazione. Per ogni linea strategica vengono riportati i risultati ottenuti ed evidenziate le risorse utilizzate; saranno altresì allegati i prospetti previsti dalla normativa vigente nonché le schede di valorizzazione degli indicatori del PIRA.

² La Relazione sulla Gestione è integrata dai documenti previsti dal decreto ministeriale 27 marzo 2013 e, in particolare, dal rapporto sui risultati con la valorizzazione degli indicatori definiti nel **Piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio** (PIRA). La Relazione sulla Gestione è redatta altresì tenendo conto di quanto formulato dal MISE con nota 50114 del 9 aprile 2015.

SCENARIO ECONOMICO DI RIFERIMENTO

Lo scenario internazionale e l'economia italiana

La tregua concessa dall'epidemia del covid-19 durante i mesi estivi ha determinato un repentino, e per certi versi inatteso, rimbalzo del ciclo economico internazionale. Il recupero è stato consistente in tutti i paesi, a

cominciare dalla Cina, la prima ad essere attaccata dal virus, che è tornata su livelli di crescita positivi già nel secondo trimestre. Il pericolo di un andamento a "L" delle curve del ciclo sembra ormai scongiurato, anche se il riacutizzarsi dell'emergenza sanitaria con l'avvento dei mesi autunnali rende comunque molto fragile e incerta la ripresa. Nell'*Outlook* di ottobre il Fondo Monetario Internazionale prospetta quindi un quadro meno drammatico per il 2020 rispetto a quello descritto nelle previsioni formulate a inizio estate. Il Pil globale dovrebbe subire una contrazione del -4,4% nel 2020, profonda, ma meno grave del -5,2% stimato a giugno. La revisione al rialzo ha riguardato praticamente tutte le economie, con la sola eccezione di India (-10,3% la contrazione

ECONOMIA INTERNAZIONALE

Prospettive di crescita

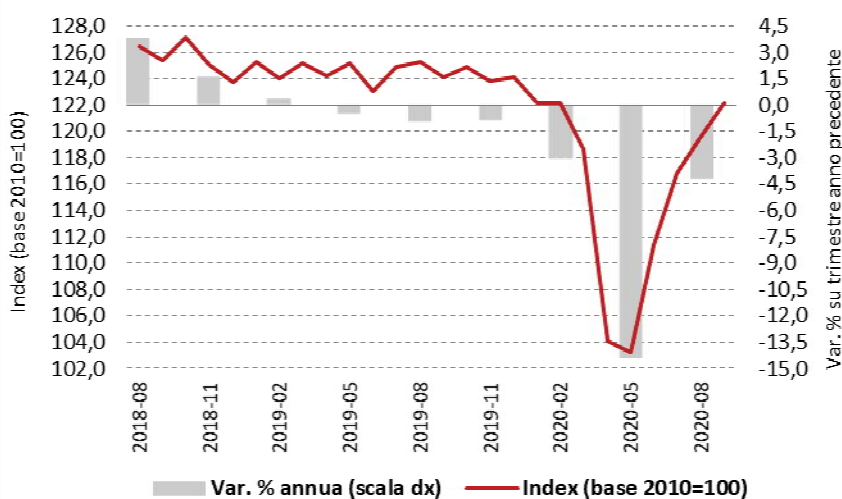
(Var. % annue e revisione rispetto a previsioni giugno 2020)

	CRESCITA DEL PIL			Revisione previsioni rispetto giugno 2020	
	Stime	Previsioni			
	2019	2020	2021	2020	2021
MONDO	2,8	-4,4	5,2	0,8	-0,2
Economie avanzate	1,7	-5,8	3,9	2,3	-0,9
USA	2,2	-4,3	3,1	3,7	-1,4
Area Euro	1,3	-8,3	5,2	1,9	-0,8
Germania	0,6	-6,0	4,2	1,8	-1,2
Francia	1,5	-9,8	6,0	2,7	-1,3
Italia	0,3	-10,6	5,2	2,2	-1,1
Spagna	2,0	-12,8	7,2	0,0	0,9
Regno Unito	1,5	-9,8	5,9	0,4	-0,4
Giappone	0,7	-5,3	2,3	0,5	-0,1
Economie emergenti	3,7	-3,3	6,0	-0,2	0,2
Russia	1,3	-4,1	2,8	2,5	-1,3
Cina	6,1	1,9	8,2	0,9	0,0
India	4,2	-10,3	8,8	-5,8	2,8
Brasile	1,1	-5,8	2,8	3,3	-0,8

Elaborazioni su dati IMF - WEO (ottobre 2020)

del PIL attesa per il 2020) e Spagna (-12,8%), alla quale l'Italia ha lasciato scomoda posizione di fanalino di coda tra le economie dell'eurozona. Entrando più nel dettaglio, particolarmente significativa è stata la correzione al rialzo prevista per gli Stati Uniti, economia per la quale il Fondo stima per il 2020 una contrazione del -4,3% (contro il -8,0% di giugno), mentre, come accennato sopra, la Cina sarà l'unica grande economia a salvarsi dalla recessione: nel 2020 il suo Pil crescerà dell'1,9% (rispetto all'1% di giugno). Nonostante la correzione delle stime, le perdite rimangono comunque molto consistenti in Europa. Per l'eurozona nel suo complesso, il crollo sarà dell'8,3% (rispetto al -10,2% di giugno), la Germania

Commercio mondiale di beni e servizi (Volumi - Dati destagionalizzati)

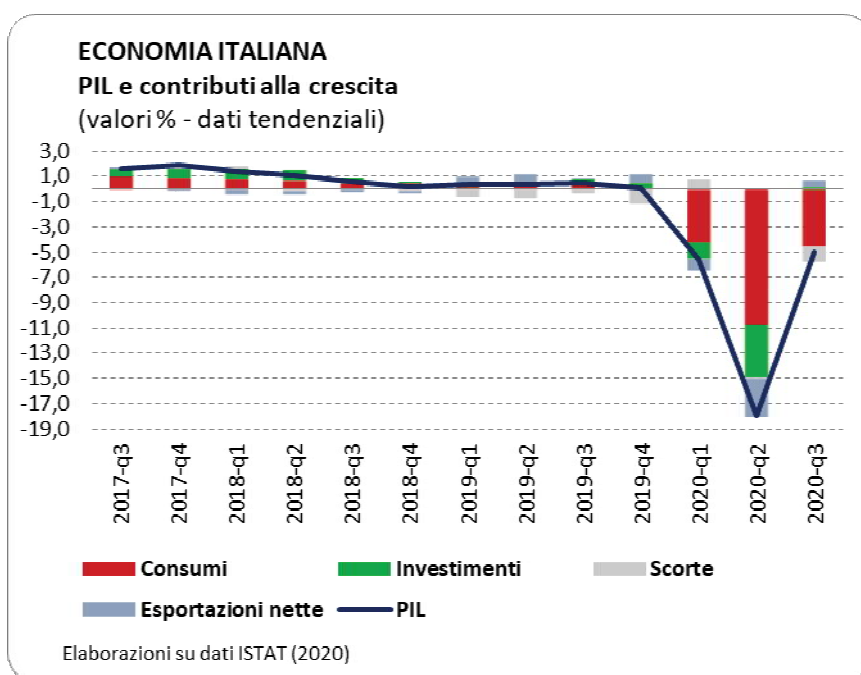


Elab. su dati CPB - Netherlands Bureau for Economic Policy Analysis (2020)

subirà una contrazione del -6,0% quest'anno (anziché del -7,8%) e la Francia un calo del -9,8% (invece del -12,5 per cento).

Per il 2021 le previsioni del Fondo sono molto prudenti, sottolineando come "l'incertezza sulle proiezioni sia in questa fase insolitamente ampia" e come "la ripresa non sarà certa finché la pandemia continuerà a diffondersi". La crescita globale nel 2021 dovrebbe assestarsi al +5,2% e la revisione della stima, questa volta al ribasso, si limita semplicemente a prendere atto del crollo meno profondo delle attese nel 2020.

L'Italia è tra i paesi colpiti in modo più grave dall'epidemia del covid-19. La contrazione congiunturale del Pil è stata del -5,5% nel primo trimestre per poi crollare al -13,0% nel secondo. La flessione ha interessato tutte le principali componenti della domanda con la sola eccezione della spesa pubblica che



invece è lievitata sensibilmente in conseguenza delle ingenti risorse stanziare per sostenere i redditi di imprese e famiglie. Anche in Italia, però, l'entità del rimbalzo del terzo trimestre è stata decisamente più ampia rispetto alle attese (+16,1%). Secondo le stime di contabilità nazionale recentemente diffuse dall'Istat la fase in corso si contraddistingue tuttavia per forti divaricazioni settoriali: i consumi restano infatti molto deboli e sono andati molto male soprattutto i settori dei servizi la cui fruizione comporta condivisione degli spazi. Accanto a ciò vi sono però anche risultati non del tutto in linea con le attese: il recupero degli

investimenti è stato in effetti decisamente marcato (specie nel comparto delle costruzioni) e i flussi di scambi con l'estero, al netto la componente turistica, stanno registrando una ripresa vivace.

Nonostante la probabile battuta d'arresto determinata dalla "seconda ondata", le previsioni sono quindi per una relativa tenuta degli indicatori riferiti all'ultima parte dell'anno. Il 2020 dovrebbe chiudersi con una riduzione annuale del Pil pari a circa il -9 per cento. Uno scenario naturalmente drammatico, ma certamente meno grave rispetto alle ipotesi più pessimiste maturate durante il primo *lockdown*. Certo, molto dipenderà dai tempi di uscita dall'epidemia ed è lecito ipotizzare che per vedere indicatori un po' più solidi dovremo attendere l'inizio della campagna di vaccinazione, attesa per la prossima primavera. In ogni caso, riprendendo le parole del Fondo Monetario Internazionale, "la convalescenza dalla recessione da Covid sarà lunga e difficile".

La situazione economica in provincia di Prato a fine settembre 2020

PROVINCIA DI PRATO: Indicatori economici 2020 (var. % su stesso periodo anno precedente)	
Imprese attive (set. 2020) ^(*)	+0,2
saldo iscrizioni-cessazioni (gen.-set. 2020 - numero)	-109
Produzione industriale (gen.-set. 2020) ^(**)	-20,7
Scambi con l'estero (gen.-giu. 2020)	-22,5
importazioni	-23,8
esportazioni	-21,8
Avviamenti al lavoro (gen.-giu. 2020)	-36,1
manifatturiero	-39,3
costruzioni	-17,3
commercio e turismo	-39,3
servizi	-32,5
Arrivi turistici (gen.-giu. 2020)	-68,3
arrivi stranieri	-75,7
Presenze turistiche (gen.-giu. 2020)	-60,3
presenze straniere	-69,4
Depositi bancari (giu. 2020)	+4,9
comparto produttivo	+6,3
famiglie consumatrici	+4,8
Impieghi bancari (giu. 2020)	+0,1
comparto produttivo	-0,8
famiglie consumatrici	+1,8

^(*) Variazione rispetto al 31/12/2019
^(**) media dei risultati delle indagini trimestrali 2020

A fine estate 2020 gli effetti della pandemia da covid – 19, e delle misure fortemente restrittive introdotte per contenerne la diffusione, trovano ampio riscontro negli indicatori relativi al sistema economico pratese.

Come per il resto del Paese, ciò è vero soprattutto per i settori più interessati dal *lockdown* di marzo e aprile, quali il commercio al dettaglio non alimentare o tutta la filiera legata al turismo e alla ristorazione.

Solo per fare un esempio, i dati relativi al turismo evidenziano, tra gennaio e giugno 2020, un crollo senza precedenti, soprattutto per quanto riguarda gli arrivi (-75,7%) e le presenze (-69,4%) dall'estero.

In modo particolarmente pesante è stato colpito il comparto manifatturiero che ha risentito, più che altrove, sia degli effetti diretti dei provvedimenti di contrasto della pandemia³ che degli effetti indiretti di ricomposizione della domanda internazionale, che non favorisce certo i

prodotti della moda i quali, come è noto, rappresentano il baricentro del modello di specializzazione produttiva della provincia.

Ciò ha comportato un crollo della produzione industriale nel secondo trimestre (-33,9%) che purtroppo non è stato colmato, neppure parzialmente, dal rimbalzo congiunturale maturato nel terzo (+17,2%). Alla luce delle più che probabili ricadute determinate da quelle che saranno le conseguenze della cosiddetta "seconda ondata" della pandemia, scatenatasi a ridosso dell'autunno, è lecito ipotizzare che il 2020 si chiuderà in modo estremamente negativo per l'industria pratese.

PROVINCIA DI PRATO: Indicatori congiunturali nell'industria manifatturiera (Var. tendenziali annue)

	2019	2020		
		(q1)	(q2)	(q3)
PRODUZIONE	-3,0	-11,6	-33,9	-16,7
Tessile	-3,5	-12,5	-37,1	-17,7
Abbigliamento e Maglieria	-3,5	-16,9	-39,0	-15,3
Meccanica	-2,4	-7,3	-20,9	-18,5
Altro	+0,6	-6,6	-22,6	-16,7
ORDINI ESTERO	-2,5	-9,7	-29,6	-15,1
ORDINI ITALIA	-2,0	-11,9	-36,3	-16,4
EXPORT MANIFATT.	-6,6	-4,1	-35,6	n.d.
PREVISIONI OCCUPAZIONE ^(*)	+0,0	-14,0	-8,0	-12,0

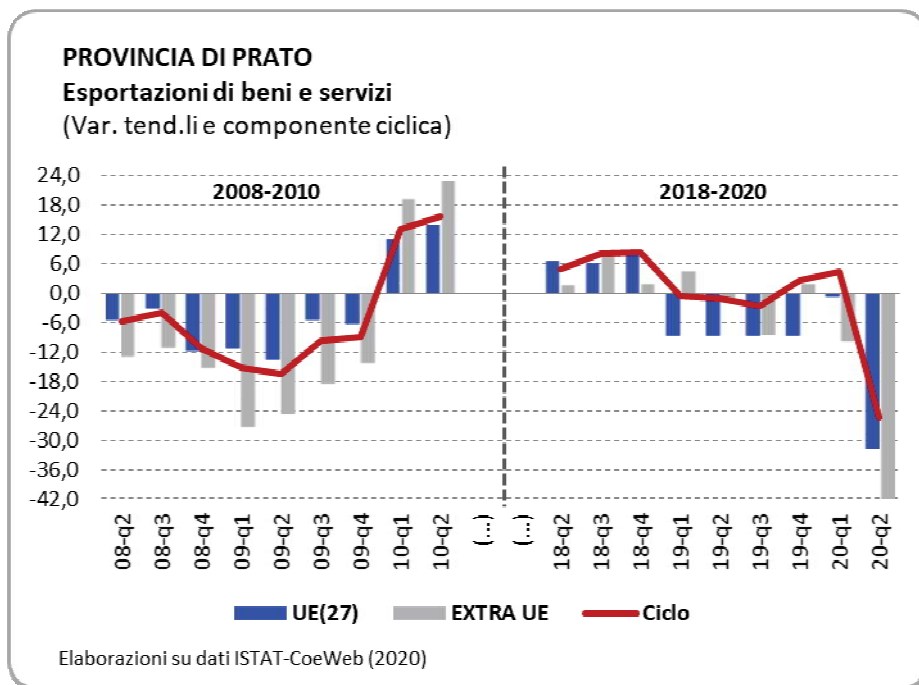
^(*) saldo risposte: "in aumento" - "in diminuzione"

Elaborazioni su dati CTN - Confindustria Toscana Nord e ISTAT (2020)

³ Secondo i dati diffusi dall'ISTAT ad aprile, la sospensione delle attività manifatturiere in provincia di Prato ha riguardato l'81,2% delle unità locali attive sul territorio e l'82,7% degli addetti.

Indicazioni altrettanto preoccupanti provengono dal versante del commercio estero.

Dopo un 2019 tutt'altro che brillante, il 2020 si è aperto con un ulteriore rallentamento delle esportazioni di manufatti nel primo trimestre (-4,1%).



Il blocco degli scambi commerciali maturato con il diffondersi dell'emergenza sanitaria si è quindi abbattuto su un andamento generale che già mostrava segnali di debolezza, anche se l'entità della caduta delle esportazioni registrata nel secondo trimestre (-35,6%) assume contorni del tutto eccezionali e, probabilmente, irripetibili.

Al riguardo è infatti sufficiente osservare che il crollo delle esportazioni a metà 2020 è stato, e di gran lunga, superiore a quello, già pesantissimo, che venne a determinarsi in coincidenza della crisi economico-

finanziaria del 2008-2009.

Una contrazione pari, quando non addirittura superiore, al trenta per cento prevale quindi presso la quasi totalità dei mercati. In Europa, che rappresenta il principale mercato di sbocco delle esportazioni pratesi, particolarmente negativo è stato l'andamento delle vendite destinate alla Spagna (-48,7%), al Regno Unito (-45,7%) e verso il complesso dei paesi europei extra-UE (-48,8%).

Fuori dall'Europa le perdite sono state pesantissime verso il Giappone (-60,9%), la Russia (-70,4%) e la Cina (-51,6%). L'unico segnale positivo proviene dal mercato statunitense (+37,9%) il quale, come è noto, è stato tuttavia investito dalla fase più acuta della pandemia con un paio di mesi di ritardo rispetto ad Asia ed Europa.

PROVINCIA DI PRATO: Esportazioni di manufatti
(variazioni tendenziali annue)

	2018	2019	2020-q1	2020-q2
MONDO	6,3	-6,6	-4,1	-35,6
Unione europea (27)	6,3	-9,6	-0,5	-31,6
Area euro	6,7	-9,4	0,0	-30,4
Francia	12,0	-9,7	0,5	-19,2
Germania	0,8	-6,4	-1,8	-24,8
Spagna	5,7	-14,6	-1,3	-48,7
Regno Unito	0,1	-0,5	-7,9	-45,7
Paesi europei non Ue	1,2	-3,5	-7,8	-48,8
Stati Uniti	6,7	7,0	-3,1	37,9
Giappone	8,8	18,7	-19,5	-60,9
BRICS	0,0	0,3	-17,9	-55,1
Russia	-21,9	-7,1	-0,5	-70,4
Cina	10,2	-5,4	-21,4	-51,6

Elaborazioni su dati ISTAT-CoeWeb (2020)

Per ciò che concerne la base imprenditoriale, i dati aggiornati al 30 settembre 2020 evidenziano al momento una sostanziale tenuta dell'apparato produttivo della provincia di Prato in termini di variazione delle imprese attive.

PROVINCIA DI PRATO					
Imprese attive al 30/09/2020 e flussi di iscrizione e cessazione nei primi 9 mesi 2020					
(Valori assoluti e variazioni % rispetto al 31/12/2019)					
	Attive	Var. %	Iscritte	Cessate	Saldo
Agricoltura e silvicoltura	564	-0,9	13	24	-11
Industria	8.379	-0,2	402	561	-159
Industrie alimentari e delle bevande	161	1,3	1	3	-2
Industrie tessili	1.885	-2,8	49	125	-76
Confezione di articoli abbigliamento	4.393	0,3	292	334	-42
Fabbricazione di articoli in pelle e simili	150	-4,5	10	19	-9
Industrie del legno e del mobile	183	0,0	4	10	-6
Industrie della carta, cartotecnica e stampa	121	0,8	1	3	-2
Industrie metalmeccaniche ed elettroniche	1.046	1,2	28	44	-16
Ind. chimico-farmaceutiche, plastica e gomma	96	2,1	4	6	-2
Altre industrie e public utilities	344	2,7	13	17	-4
Costruzioni	3.848	-0,2	157	181	-24
Commercio	7.061	0,5	293	409	-116
Commercio e rip. di autoveicoli e motocicli	643	0,6	18	33	-15
Commercio all'ingrosso	3.702	0,5	179	214	-35
Commercio al dettaglio	2.716	0,3	96	162	-66
Servizi turistici, di alloggio e ristorazione	1.340	0,2	29	88	-59
Servizi	7.715	0,5	248	331	-83
Servizi informatici e delle telecomunicazioni	623	0,2	25	26	-1
Servizi avanzati di supporto alle imprese	867	3,1	50	43	+7
Serv. oper.vi di supporto alle imprese e persone	3.568	0,4	93	131	-38
Servizi di trasporto, logistica e magazzinaggio	500	-1,6	13	28	-15
Servizi finanziari e assicurativi	586	0,5	20	26	-6
Servizi dei media e della comunicazione	89	1,1	2	2	+0
Servizi alle persone	1.482	0,2	45	75	-30
Imprese non classificate	9	200,0	431	88	+343
TOTALE	28.916	0,2	1.573	1.682	-109

FONTE: Elaborazioni su dati INFOCAMERE (2020)

A livello aggregato la variazione complessiva delle imprese attive rispetto a fine 2019 è stata in effetti leggermente positiva (+0,2%). Tra i settori si segnalano la contrazione nell'agricoltura (-0,9%) e nell'industria (-0,2%), con una flessione piuttosto marcata nel tessile (-2,8%), nel settore della pelletteria e calzature (-4,5%) e con il contemporaneo forte rallentamento del tasso di crescita nelle confezioni (+0,3%). Anche il saldo nelle costruzioni è negativo (-0,2%), mentre il temporaneo allentamento della pressione esercitata dal virus durante i mesi estivi sembrerebbe aver favorito una moderata crescita nel commercio (+0,5% in generale, +0,3% nel commercio al dettaglio), nei servizi turistici, di alloggio e di ristorazione (+0,2%) e nei servizi in generale (+0,5%), per i quali si segnalano incrementi significativi soprattutto per ciò che concerne i servizi avanzati di supporto alle imprese (+3,1%) e i servizi dei media e della comunicazione (+1,1%).

Qualche segnale di maggiore criticità proviene invece dal versante dei flussi di iscrizione e di cessazione registrati durante i primi nove mesi dell'anno. Già a fine settembre, infatti, il saldo tra iscrizioni e cessazioni, che in qualche modo anticipa l'andamento per i mesi successivi, era ampiamente negativo (-109). In realtà, una delle conseguenze scaturite dall'emergenza sanitaria, è stata un forte rallentamento delle dinamiche di ricambio e di turnazione interne alla base imprenditoriale. Rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente si registrano infatti per il 2020 una marcata contrazione delle iscrizioni di nuove imprese (circa -580 in termini assoluti, -27,0% la variazione sul 2019) e una significativa, sebbene meno intensa, riduzione delle cessazioni (-365, -17,8%). L'effetto combinato di questi due fattori ha condotto al saldo negativo visto

sopra che difficilmente potrà essere recuperato nel quarto trimestre, periodo durante il quale, storicamente, si concentrano la maggior parte delle cessazioni⁴. Tutto lascia quindi supporre che il 2020 si chiuderà con una flessione importante del numero di imprese attive.

Lo scenario di previsione formulato dagli analisti di Prometeia a inizio ottobre tratteggia infine un quadro molto deludente per l'economia pratese nel 2020. Il lato della domanda risulta pesantemente condizionato dal pessimo andamento delle esportazioni (-20,6% nelle stime per fine 2020) e, sul versante interno, dalla forte

PROVINCIA DI PRATO			
Scenario di previsione al 2021			
<i>(var. % medie annue su valori concatenati, dove non altrimenti indicato)</i>			
	2015-19	2020	2021
Esportazioni (EXP)	1,8	-20,6	16,2
Importazioni (IMP)	-2,9	-21,3	29,7
Valore aggiunto (VA)	2,3	-11,3	6,3
Occupati totali (OCC)	1,1	-1,7	-0,7
Unità di lavoro totali (UTT)	2,0	-10,6	5,0
Reddito disponibile (valori correnti)	1,1	-2,8	1,9
Consumi delle famiglie (valori correnti)	1,8	-11,4	7,8
EXP/VA (% - fine periodo)	34,2	30,6	33,4
IMP/VA (% - fine periodo)	19,5	17,3	21,1
VA/UTT (migl. € - fine periodo)	60,8	60,4	61,2
OCC/Forza lavoro (% - fine periodo)	93,8	93,9	93,0
Tasso di disoccupazione (% - fine periodo)	6,2	6,1	7,0

Elaborazioni su dati PROMETEIA (2020)

contrazione dei consumi delle famiglie (-11,4%). Ciò dovrebbe comportare una consistente riduzione del valore aggiunto provinciale (-11,3%). Le previsioni per il 2021 risultano evidentemente condizionate dalle forti incertezze legate all'evoluzione della pandemia. Confidando in un cauto ottimismo un rimbalzo probabilmente ci sarà, ma sarà comunque insufficiente a riequilibrare completamente le perdite accumulate soprattutto durante la prima parte del 2020. Nel 2021, inoltre, dovrebbero pienamente manifestarsi le ricadute sul mercato del lavoro in quanto, con ogni probabilità, verranno meno, se non altro parzialmente, gli interventi di tutela e di sostegno posti in essere dal governo negli ultimi mesi⁵.

⁴ Per completezza di analisi, e in ragione degli effetti che ciò potrà produrre sui risultati di consuntivo di fine 2020, occorre tuttavia osservare che durante i primi tre trimestri dell'anno in corso si sono significativamente ridotte anche le aperture di procedure di scioglimento e messa in liquidazione di società (-70 in termini assoluti, -19,2% rispetto allo stesso periodo del 2019), così come sono crollati gli avvisi di procedure di tipo concorsuale (fallimenti e concordati): -48 in termini assoluti, -55,2% rispetto allo stesso periodo del 2019. In particolare, la diminuzione delle procedure concorsuali è probabilmente da ricondursi, in gran parte, alle norme contenute nel D.L. 23/2020 (cd "Decreto Liquidità") concernenti la "sterilizzazione" delle perdite di esercizio (art. 6) e l'improcedibilità (tra il 9 marzo e il 30 giugno 2020) dei ricorsi per dichiarazioni di fallimento e procedure di insolvenza in genere (art.10).

⁵ Il tasso di disoccupazione per il 2020 (6,1%) dovrebbe assestarsi su valori sostanzialmente in linea con quelli registrati (mediamente) nel quinquennio precedente (6,2%). Esso dovrebbe invece aumentare di circa un punto nel 2021, ma i primi segnali di cedimento degli indicatori relativi al mercato del lavoro sono in realtà già presenti. Nel primo semestre 2020 gli avviamenti al lavoro sono diminuiti di oltre il 36 per cento rispetto al primo semestre 2019 e la flessione ha riguardato tutti i settori di inserimento e tutte le tipologie contrattuali.

Gli interventi per il territorio

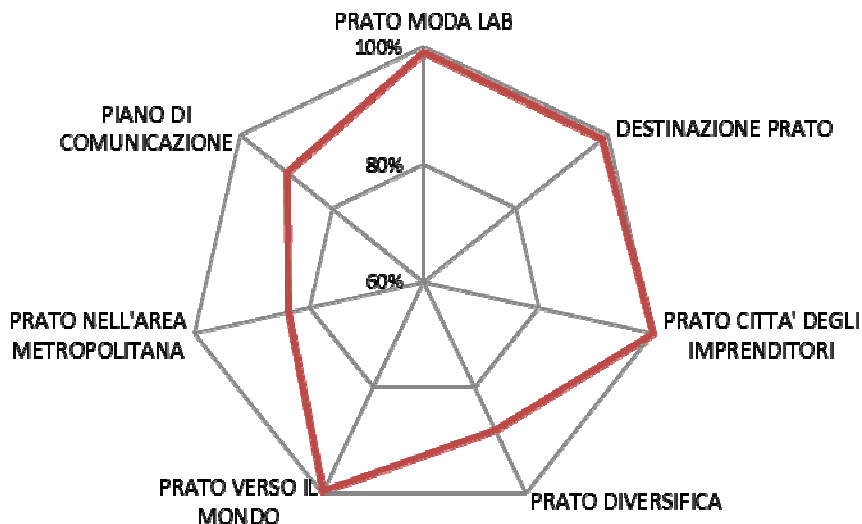
Le politiche di promozione economica della Camera sono state concentrate su due macro-aree d'intervento, "imprese e produttività" e "competitività", sulle quali sono state concentrate le risorse 2020 pari a circa 900 mila euro. Le risorse sono aumentate rispetto all'esercizio precedente grazie alle maggiori risorse derivanti dalla maggiorazione del diritto annuale deliberata dagli organi per il triennio 2020-2022.

Le risorse disponibili nel 2020 per le politiche di promozione economica sono state utilizzate per il 99% coerentemente con le finalità programmate, come si leggerà nel proseguo della relazione.

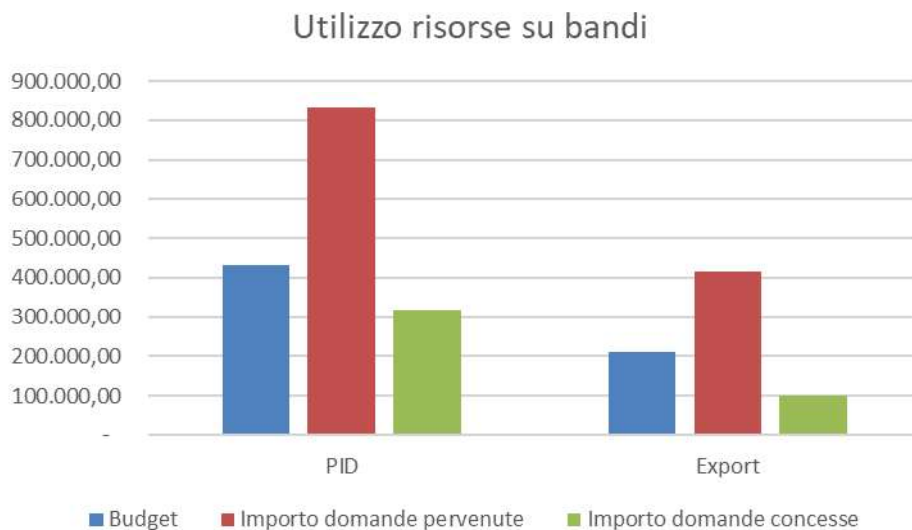
Budget 2020	Budget 2020 Aggiornato	Risorse Utilizzate	% utilizzo budget	% utilizzo budget aggiornato
€ 904.716	€ 904.716	€ 895.796	99%	99%

Nel grafico sono riportate le percentuali di utilizzo delle risorse per le diverse linee strategiche rispetto a quanto stanziato a preventivo aggiornato.

% UTILIZZO RISORSE BUDGET AGGIORNATO 30.09.2020 PER SETTORE DI INTERVENTO



Con Delibera di Consiglio n. 009/19 del 25/11/2019, su proposta della Giunta camerale così come formulata con deliberazione n. 85/19 del 19.11.2019, è stato approvato l'incremento del diritto annuale per il triennio 2020-2022 in misura pari al 20% degli importi annui stabiliti dal decreto ministeriale, ai sensi del novellato art. 18 comma 10 della L. 580/1993 così come modificata dal D. Lgs. 24 novembre 2016 n. 219. Le risorse derivanti dalla maggiorazione sono destinate per il finanziamento dei progetti **Punto Impresa Digitale** e **Preparazione delle PMI ad affrontare i mercati Internazionali**.



Si illustrano di seguito le azioni realizzate per ogni macro area di intervento e le modalità di impiego delle risorse.

A) Macro area di intervento: Imprese e produttività

Obiettivo Strategico

Promuovere la qualità e la tracciabilità delle filiere del *Made in Italy*, valorizzando i distretti produttivi e rafforzando i legami tra turismo, cultura e saperi tradizionali; sostenere le politiche per l'occupazione, favorire la nascita di nuove imprese e il dialogo scuola-impresa

Linee strategiche di sviluppo:

- Prato Moda Lab
- Destinazione Prato
- Prato Città degli Imprenditori

Linea strategica PRATO MODA LAB

Obiettivo

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.

Linee strategiche per l'anno 2020	Obiettivi	Azioni
Fashion Valley	Promuovere la filiera produttiva sul territorio	- promozione progetto Fashion Valley

Azioni realizzate

Fashion Valley

Il Decreto 7 marzo 2019 prevede tra le priorità di intervento, con riferimento alle funzioni promozionali, le attività relative a qualificazione delle imprese, delle filiere e delle produzioni. Fashion Valley è un network di aziende del settore moda del territorio che sono in grado di offrire un prodotto moda finito, offrendo un servizio completo dal filato al capo confezionato. Fashion Valley è una iniziativa portata avanti con la collaborazione di Unione Industriale Pratese, Cna e Confartigianato, che sta includendo diverse aziende e che ha stretto importanti partnership.

Il progetto Fashion Valley ha la finalità di promuovere la catena produttiva del tessile abbigliamento del distretto. Dal tessuto al capo finito, tutto in un unico territorio, utilizzando imprese diverse specializzate nelle varie fasi di lavorazione, per ottimizzare i tempi ma anche per poter garantire la qualità del prodotto: questa è la finalità di Fashion Valley, il progetto che ha preso forma nel territorio pratese per promuovere la catena produttiva del tessile/abbigliamento. Una catena produttiva a disposizione con la propria professionalità e la propria conoscenza: questa è l'opportunità offerta da Fashion Valley, una piattaforma che raccoglie le aziende del distretto pratese che operano nel fashion, dalla produzione del filato e del tessuto alla confezione del capo finito.

Fashion Valley è una piattaforma innovativa - <http://fashionvalley-industry.com> - che nasce per mettere in connessione creativi e aziende della moda con il mondo produttivo, per creare nuove sinergie. La piattaforma si compone di una parte pubblica e di un'area riservata. La parte pubblica è uno spazio dedicato alle nuove tendenze e alle novità del settore. All'interno dell'area riservata le aziende produttrici della filiera moda, che si occupano delle fasi dalla produzione del tessuto e del filato a quella del capo finito, possono presentarsi per far conoscere le proprie abilità e specializzazioni e dare anche indicazioni su tempi e costi di produzione.

Nel corso dell'anno Fashion Valley Industry ha portato avanti la propria attività, cercando di mettere in contatto imprese esterne al territorio con le imprese aderenti al progetto per promuovere la produzione locale di tessile/abbigliamento.

CFMI

Rientra in questa linea la partecipazione della Camera in Centro Firenze per la Moda Italiana, che è stata confermata per il triennio 2019-2021 nella misura massima di euro € 60.000. Espressione della Camera di Prato due componenti del Consiglio di amministrazione del CFMI.

Risorse Utilizzate

Budget 2020	Budget 2020 Aggiornato	Risorse Utilizzate	% utilizzo risorse su aggiornamento
€ 60.600	€ 60.600	€60.000	99%

Linea strategica DESTINAZIONE PRATO

Obiettivo

Valorizzare Prato e il territorio come destinazione turistica, non solo per chi viene da lontano, ma anche per i territori vicini; stimolare quindi l'animazione non solo nel centro storico, ma anche nelle altre zone che possono essere mèta interessante, per dare slancio alla vivacità economica del territorio attraverso adeguate iniziative di marketing territoriale.

Linee strategiche	Obiettivi	Azioni
Marketing territoriale	Promuovere le potenzialità turistiche del territorio Valorizzare i centri storici	- valorizzazione del patrimonio culturale e del turismo - partecipazione Fondazione Museo del Tessuto
La tipicità, una spinta per l'innovazione	Valorizzare le produzioni tipiche del territorio	- organizzazione di iniziative di valorizzazione dei prodotti tipici - collaborazione e supporto all'organismo di controllo produzioni vitivinicole - gestione servizi alle imprese: lo sportello etichettatura alimentare
La nuova sede: uno spazio aperto	Aumentare l'attrattività del territorio	efficace ed efficiente utilizzo degli spazi all'interno della nuova sede, per iniziative d'interesse per l'economia e la promozione del territorio

Azioni realizzate

**Marketing
Territoriale**

Per valorizzare le potenzialità culturali del territorio, la Camera di Commercio di Prato è socia della **Fondazione Museo del Tessuto**. Quale socio fondatore la Camera ha designato propri rappresentanti nel Comitato di Gestione e nel Consiglio di Indirizzo. Negli ultimi anni, a seguito della diminuzione delle risorse per il taglio del diritto annuale, la Camera non ha potuto sostenere le iniziative programmate dalla Fondazione, che quindi ha potuto contare prevalentemente sui contributi del Comune e sui proventi derivanti dalle erogazioni di altri soci sostenitori e dalla partecipazione a bandi e progetti di varia natura. Quest'anno è stato particolarmente difficile per effetto delle misure di contenimento della pandemia da Covid-19, che ha imposto la chiusura del museo in alcuni periodi dell'anno e ridotto il numero di iniziative ospitate negli spazi del Museo e pressoché dimezzato il numero dei partecipanti. Nel 2020 il Museo ha ospitato la mostra dedicata al pluripremiato costumista Massimo Cantini Parrini, incentrata sui costumi del film "Pinocchio" di Matteo Garrone, creati dal costumista Massimo Cantini Parrini. La mostra sui costumi di Pinocchio ha chiuso con quasi 10.000 visitatori su un totale di 205 giorni di apertura, con una media di quasi 50 persone al giorno. Fino al lockdown di marzo è stata visitata da oltre 6.300 visitatori.

Dopo aver concluso positivamente il progetto "**La valorizzazione del patrimonio culturale e del turismo**" presentato congiuntamente dal sistema camerale toscano a valere sul Fondo di Perequazione 2015-2016, è stata avviata la realizzazione della seconda fase dello stesso a valere sul Fondo di Perequazione 2017-18. Il progetto, la cui conclusione è prevista per la fine del corrente anno, si pone l'obiettivo di continuare ad implementare la necessaria strumentazione per fornire alle Camere di commercio e alle Unioni regionali i mezzi per presidiare in modo innovativo la nuova competenza sancita dal provvedimento di riforma relativa alla valorizzazione dei beni culturali e alla promozione del turismo. In tale ambito, la Camera ha realizzato una serie di focus group su temi d'interesse turistico e ha provveduto,

come da programma, a promuovere il Marchio ospitalità Italiana attraverso una giornata informativa dedicata. Entro il termine di realizzazione delle attività progettuali (31 dicembre) è prevista la realizzazione di un evento finale di presentazione dei risultati dell'iniziativa.

Allegata alla presente relazione è inoltre la scheda con la valorizzazione a consuntivo degli indicatori definiti nel Piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio (PIRA).

*La tipicità, una spinta
per l'innovazione*

Sul fronte delle **tipicità** presenti sul territorio, la Camera di Commercio si è impegnata su alcune iniziative selezionate, tenuto conto dell'interesse espresso dalle imprese locali e della contrazione delle risorse disponibili.

Per quanto concerne le produzioni oleicole, sono state completate all'inizio dell'anno le operazioni relative all'edizione 2019/2020 del Concorso "**Oleum Nostrum**", iniziativa che è stata realizzata con la collaborazione di tutti i Comuni del territorio.

L'iniziativa ha previsto una serie di iniziative dedicate all'olio extravergine d'oliva, realizzate nei vari comuni della provincia di Prato, oltre ad un concorso che ha premiato la migliore produzione di olio extravergine di oliva del territorio provinciale.

La Camera si è fatta carico della segreteria organizzativa del concorso e ha messo a disposizione del panel, composto da assaggiatori iscritti nell'Elenco nazionale dei Tecnici ed Esperti degli oli di oliva vergini ed extravergini, la propria sala degustazione per gli esami organolettici dei 12 oli presentati dalle 12 aziende partecipanti al Concorso. Il panel ha effettuato una selezione degli oli presenti al concorso secondo la metodologia del Panel-Test individuando i migliori, che sono stati successivamente sottoposti ad analisi fisico-chimica presso un laboratorio accreditato.

La cerimonia di premiazione dell'azienda vincitrice si è tenuta in data 12 febbraio 2020 nella Sala Convegni della Camera di Commercio. Alla fine della serata il consueto assaggio dei migliori oli extravergine di oliva della provincia di Prato con il pane Gran Prato.

La legislazione sulla **sicurezza e l'etichettatura dei prodotti alimentari** è stata arricchita da importanti contributi. Le nuove norme, emanate a livello europeo e nazionale, hanno creato un quadro giuridico che comporta alcuni adeguamenti da parte delle imprese.

Per aiutare le aziende a interpretare correttamente la normativa e ad affacciarsi su nuovi mercati, la Camera di Commercio di Prato, in collaborazione con il Laboratorio Chimico della Camera di Commercio Torino con il quale ha stipulato un'apposita Convenzione, ha attivato lo **Sportello di primo orientamento sull'etichettatura e la sicurezza alimentare**.

Con lo scopo di promuovere la conoscenza dei servizi dello Sportello, nonché per fornire degli spunti informativi e di riflessione in materia, è stata programmata la realizzazione di un'iniziativa seminariale sul tema dell'etichettatura dell'olio di oliva, da organizzare con la partecipazione dell'Istituto Centrale Rassegna Frodi – sede di Firenze. L'iniziativa è stata calendarizzata nel mese di novembre, in concomitanza con la stagione della raccolta e lavorazione delle olive.

Nell'ambito delle funzioni di **tutela delle denominazioni di origine** dei vini, il sistema dei controlli è ormai da alcuni anni presieduto dagli organismi accreditati presso il Ministero (per i vini del territorio pratese la società TCA srl); il ruolo della Camera è quindi oggi cambiato ma comunque attivo. Infatti, dal 2012 l'organismo di controllo si avvale della commissione di degustazione e degli spazi all'uopo attrezzati presenti nella sede camerale sulla base di una convenzione a titolo oneroso. A causa della pandemia, le Commissioni sono state sospese sin dal mese di marzo; tuttavia è intenzione dell'Organismo di Controllo procedere al rinnovo della convenzione in essere, che scade a fine anno, anche per il periodo successivo. Al momento le Commissioni regolarmente svolte sono state 6. i campioni analizzati sono stati oltre 120.

È inoltre proseguito l'impegno della Camera nel progetto "Le botteghe di **Vetrina Toscana**", realizzato in collaborazione con le associazioni di categoria con il cofinanziamento della

Regione Toscana. Il programma di interesse regionale “Vetrina Toscana” è un intervento di promozione integrata dei prodotti regionali di qualità e del commercio alimentare di vicinato. L’obiettivo dell’iniziativa è divulgare la conoscenza dei prodotti regionali di qualità presso gli operatori, realizzando l’integrazione fra la ristorazione di qualità con le produzioni e le ricette tipiche toscane e l’accoglienza territoriale in termini di offerta turistica e culturale. La Camera di Commercio, a conclusione della procedura negoziata con la Regione Toscana prevista per il 2020, ha presentato il progetto di attività elaborato di concerto con le associazioni del territorio.

Il progetto è stato approvato dalla Regione con decreto n. 14812 dell’11/09/2020 ammettendolo a finanziamento per la spesa proposta di € 20.000 di cui € 10.000 quale cofinanziamento della Camera di Commercio e € 10.000 quale quota parte di contributo regionale.

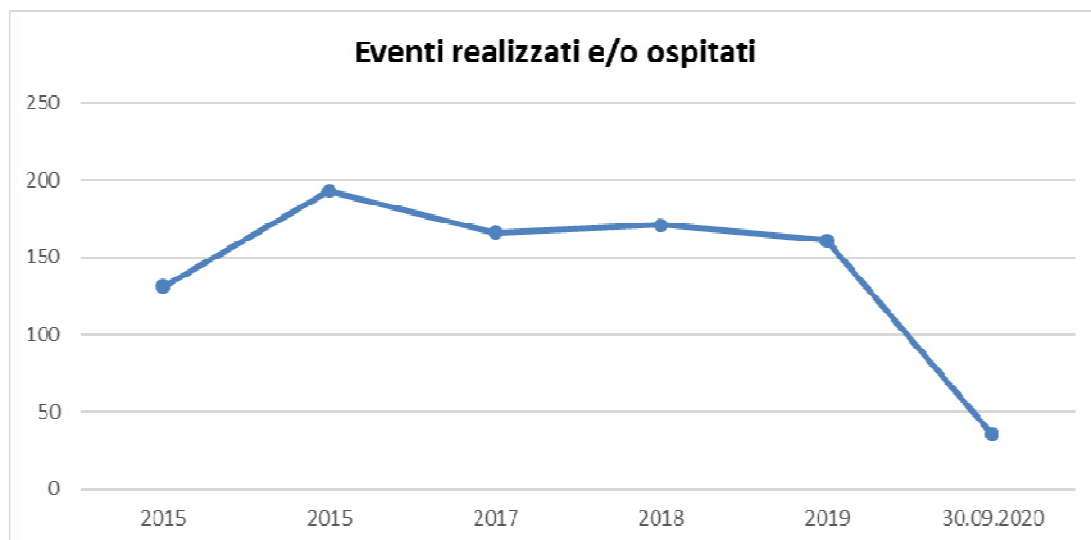
Il programma di iniziative, concordate nell’ambito del progetto con l’obiettivo di promuovere i prodotti tipici locali attraverso la valorizzazione delle botteghe di “Vetrina Toscana” e dei ristoranti di “Vetrina Toscana a tavola”, prevede la realizzazione delle seguenti iniziative:

1. “Prato alla scoperta dei sapori toscani”, con lo scopo di creare una stretta sinergia tra gli attori del territorio e valorizzare le tipicità locali, incrementando al contempo gli aderenti alla rete “Vetrina Toscana”;
2. “Appunti di viaggio: racconti di Toscana tra cultura e cibo”, che si propone di consolidare l’immagine dei territori e delle loro identità quale reale e concreta opportunità di accoglienza e ospitalità turistica in chiave culturale e gastronomica legata alla storia e alla tradizione locale.

Per la realizzazione delle iniziative è stata firmata apposita Convenzione con OMNIA srl Confcommercio Pistoia e con Consea Prato Confesercenti srl in qualità di soggetti esecutori. Il progetto Vetrina Toscana 2020 scadrà nel mese di luglio 2021, salvo proroghe connesse all’evoluzione della situazione epidemiologica in corso.

La sede camerale,
uno spazio aperto

Dall’inaugurazione della nuova Camera di Commercio di Prato, avvenuta nel giugno del 2013, gli spazi pubblici della sede hanno ospitato numerose iniziative ed eventi, sia organizzate direttamente dall’ente che da soggetti terzi. La pandemia ha inciso profondamente sull’operatività dell’auditorium, che ha dovuto sospendere ogni attività a partire dal mese di marzo fino a tutto settembre, come ben evidenziato nel grafico.



Importante sottolineare che nei primi due mesi dell’anno, gli unici in cui la struttura è stata aperta, il numero di eventi e di ospiti erano in linea con i risultati del 2019.

Per venire ai numeri, nei due mesi di operatività gli spazi della Camera di Commercio hanno ospitato **3.960** (rispetto ai 20.271 del 2019 e 22.953 del 2018) persone, tra iniziative ospitate e a gestione diretta dell'ente, per un totale di **35** (rispetto ai 161 nel 2019 e 171 nel 2018) appuntamenti che hanno coinvolto tutti gli spazi camerali (auditorium, sala convegni e sale dell'area istituzionale), di cui n. 18 a pagamento.

In particolare sono stati **ospitati 13 eventi** in auditorium, in parte con uso gratuito e in parte a pagamento con la partecipazione complessiva di **n. 3.108** (16.307 nel 2019 e 17.807 nel 2018) persone. Si ricorda che la concessione a titolo gratuito dell'auditorium rappresenta una forma di sostegno indiretto alle iniziative promosse sul territorio da soggetti pubblici o meno, sulle quali la Giunta ha espresso una condivisione sulle finalità e sugli obiettivi. Sono stati inoltre ospitati in sala convegni e/o negli spazi camerali **altre 22** iniziative, in parte organizzati direttamente dall'ente e in parte solo ospitati, con la partecipazione di ulteriori 852 persone.

Complessivamente gli spazi camerali sono stati **utilizzati per soli 35 giorni** nei primi nove mesi dell'anno, concentrati nei mesi di gennaio e febbraio 2020.

A fini promozionali, gli spazi camerali sono stati inseriti nella mappatura del sistema congressuale regionale e sono stati avviati contatti con il Destination Florence Convention & Visitors Bureau.

Allegata alla presente relazione è inoltre la scheda con la valorizzazione a consuntivo degli indicatori definiti nel Piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio (PIRA).

Risorse Utilizzate

Budget 2020	Budget 2020 Aggiornato	Risorse Utilizzate	% utilizzo risorse
€ 72.650	€57.650	€ 56.959	99%

Linea strategica PRATO CITTA' DEGLI IMPRENDITORI

Obiettivo

Promuovere 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.

Linee strategiche	Obiettivi	Azioni
Crescita della cultura imprenditoriale	Aumentare il livello di preparazione degli imprenditori e stimolare la nascita di nuovi imprenditori	<ul style="list-style-type: none"> - Alternanza scuola-lavoro, orientamento al lavoro e placement [FP] - servizi Punto Impresa Digitale – Progetto 20% triennio 2020-2022 - servizi innovativi per le imprese [FP] - servizi di formazione e informazione rivolti alle imprese - crescere in digitale - eccellenze in digitale - servizio Assistenza Qualificata alle Imprese (AQI)
Promozione dell'imprenditoria	<p>Incentivare la nascita di nuove imprese</p> <p>Stimolare l'imprenditoria femminile e l'imprenditoria sociale</p>	<ul style="list-style-type: none"> - valorizzazione servizio informativo rivolto alle nuove imprese - sostegno alla nascita di nuove imprese - Comitato per l'Imprenditoria Femminile - Comitato Impresa Sociale Cooperazione e Microcredito
Rapporto imprese - credito	Ridurre il credit crunch registrato nel distretto	<ul style="list-style-type: none"> - gestione servizi alle imprese: lo sportello informativo MicroCredito - sportello Fidi Toscana
Processi di integrazione delle comunità straniere che operano sul territorio	Promuovere la cultura della legalità	<ul style="list-style-type: none"> - RB TEX - iniziative di promozione della legalità
Aggregazione di imprese	Promuovere la creazione di aggregazioni funzionali tra le imprese	<ul style="list-style-type: none"> - supporto alle imprese interessate

Azioni realizzate

Crescita della cultura imprenditoriale

Negli ultimi anni, il ruolo delle Camere di Commercio sui temi dell'orientamento, dell'alternanza scuola-lavoro e dell'incontro domanda-offerta di formazione e lavoro si è progressivamente ampliato e rafforzato, anche per effetto dei provvedimenti normativi che hanno riconosciuto al sistema camerale specifiche competenze e funzioni.

La legge di riforma del Sistema Camerale, con il decreto legislativo 219 del 25.11.2016 (art.2 lettera e), ha definitivamente sancito e formalizzato tale ruolo, assegnando ufficialmente alle Camere di commercio la funzione di orientamento al lavoro e alle professioni anche mediante la collaborazione con i soggetti pubblici e privati competenti, in coordinamento con il Governo e con le Regioni e l'ANPAL attraverso molteplici modalità.

Pertanto, la Camera ha proseguito il proprio impegno nelle attività promozione delle competenze trasversali e orientamento (ex alternanza scuola lavoro), promuovendo presso le scuole e il mondo imprenditoriale e associativo del territorio, le modalità di apprendimento alternative, rispetto ai classici percorsi di studio in aula. Si è lavorato per cercare di mettere in contatto gli insegnanti e le scuole, da una parte, e le imprese dall'altra, per favorire sul territorio le dinamiche d'incontro tra domanda e offerta di formazione e lavoro. Si è tentato inoltre di far

emergere i fabbisogni di professionalità e le competenze necessarie per lo sviluppo della competitività delle imprese e, nel contempo, offrire un contributo per migliorare le capacità di risposta dei vari sistemi formativi quali scuola, università e centri di formazione professionale.

*Alternanza scuola
lavoro, Orientamento
al lavoro e placement*

Per il triennio 2020-22 la Camera di Commercio di Prato non ha richiesto l'incremento del diritto annuale per iniziative a supporto di progetti in ambito CTO. Inoltre la difficile situazione provocata dalla pandemia ha reso, in questo ambito più che in altri, difficile programmare le iniziative in collaborazione con gli istituti scolastici, impegnati nell'organizzazione "a distanza" dell'attività didattica di base. Ciò nonostante, la Camera si è sforzata di realizzare le attività programmate, in alcuni casi cambiando le modalità della loro realizzazione.

La Camera ha comunque aderito a un progetto di rete coordinato da Unioncamere Toscana a valere sul Fondo di Perequazione 2017-18 denominato "Orientamento, domanda-offerta di lavoro", finalizzato a promuovere il percorso di sviluppo e implementazione delle nuove funzioni assegnate dalla legge di riforma al sistema camerale in materia di orientamento e sostegno alla transizione dalla scuola e dall'università al lavoro, strutturando l'organizzazione presso le CCIAA di servizi per l'Orientamento al lavoro e alle professioni. Il progetto, del valore complessivo di 28.000 euro, prevede la realizzazione di percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento, con il rispetto di target minimi di studenti da indirizzare, al termine degli stessi, agli eventuali nuovi servizi sperimentali per l'individuazione, validazione, valutazione e certificazione delle competenze acquisite, nonché la realizzazione un evento territoriale "CameraORIENTA" e contenuti informativi redazionali locali pubblicati sul nuovo portale per l'orientamento e sulla piattaforma di networking e matching. Le attività previste sono attualmente in corso di realizzazione, considerando le difficoltà causate dalla situazione epidemiologica e la conseguente necessità di spostare le attività verso la fine del progetto, programmata per la fine del mese di dicembre.

Nello specifico, tra le attività previste nell'ambito del progetto "Orientamento, domanda-offerta di lavoro" a valere sul Fondo di Perequazione 2017-18, la Camera di Commercio ha riproposto l'iniziativa "Boot Camp for Students", un ciclo di seminari di orientamento al lavoro e di educazione economica rivolto agli studenti degli istituti scolastici superiori per prepararli al mondo del lavoro e offrire strumenti pratici per comprendere le proprie caratteristiche personali e stimolare la propensione al lavoro autonomo.

Obiettivo generale dell'iniziativa è stato la realizzazione di un ciclo di seminari di orientamento al lavoro e di educazione economica per preparare i giovani al mondo del lavoro e offrire loro strumenti pratici per comprendere adeguatamente le loro caratteristiche personali, in vista delle future scelte formative e professionali, sviluppare in loro competenze tecniche, sociali e trasversali e stimolare la propensione al lavoro autonomo, che implica lo sviluppo del senso di responsabilità, dello spirito d'iniziativa e della creatività. Sono stati coinvolti i dirigenti scolastici delle scuole superiori della provincia, stimolando la realizzazione di un percorso formativo di orientamento al lavoro e di educazione economica rivolto agli studenti per prepararli al mondo del lavoro, offrire loro strumenti pratici per comprendere più adeguatamente le proprie caratteristiche personali in vista delle future scelte formative e professionali e stimolare la propensione al lavoro autonomo. I percorsi formativi hanno avuto ad oggetto temi quali lo start up d'impresa, il green job, le energie rinnovabili, i finanziamenti per l'avvio d'impresa, il mondo bancario, la tutela della proprietà intellettuale, il web marketing, l'apprendistato, il coaching, la leadership. L'iniziativa, la cui realizzazione è stata resa più difficoltosa dalla situazione pandemica in corso, è attualmente in fase di conclusione.

Inoltre la Camera ha concluso la rendicontazione, per quanto di propria competenza, delle attività connesse ai tre progetti presentati a valere sul POR FSE Toscana 2014-2020, coordinandosi in tal senso con gli altri soggetti partecipanti.

E' stata fatta la promozione, tramite social e newsletter, del progetto "**Crescere in digitale**", un'iniziativa del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, di Unioncamere e Google per

promuovere, attraverso l'acquisizione di competenze digitali, l'occupabilità di giovani che non studiano e non lavorano e investire sulle loro competenze per accompagnare le imprese nel mondo di Internet. Non avendo ricevuto adesioni da parte dei giovani, non è stato possibile attivare alcun tirocinio.

Allegata alla presente relazione è inoltre la scheda con la valorizzazione a consuntivo degli indicatori definiti nel Piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio (PIRA).

Com'è oramai noto, nel 2016 l'allora Ministro Calenda ha dato avvio al *Piano Nazionale Industria 4.0 – Investimenti, produttività ed innovazione*, con 5 direttrici strategiche di intervento, raggruppate in direttrici “chiave” (Investimenti innovativi e competenze), di “accompagnamento” (infrastrutture abilitanti e strumenti pubblici di supporto) ed “orizzontali” (governance ed awareness), nella quale si colloca anche il progetto di realizzazione dei Punti Impresa Digitale (PID).

In tale ambito, il Ministero dello sviluppo economico ha richiesto alle camere di commercio di realizzare un intervento a favore di tutti i settori economici - dall'agricoltura, all'industria, all'artigianato, al terziario di mercato, ai servizi - e delle imprese anche di più piccola dimensione, incluse quelle individuali ed i professionisti. La risposta delle camere alla richiesta del MISE è costituita dalla realizzazione di un network di punti informativi e di assistenza alle imprese sui processi di digitalizzazione, i **Punti Impresa Digitale**.

La Camera di Commercio di Prato ha scelto di aderire al progetto Punto Impresa Digitale fin dall'ottobre 2017, nella consapevolezza che tutte le tecnologie previste dal piano “Impresa 4.0” abbiano una valenza trasversale, intersettoriale e che si applicano in tutte le dimensioni d'impresa. Da questa considerazione nasce la volontà di riunire intorno al Punto Impresa Digitale tutte i servizi e le funzioni in materia di digitalizzazione, attualmente svolti da diversi uffici facenti capo a settori diversi.

La centralità delle funzioni in materia di innovazione e digitalizzazione è stata confermata dal Ministero dello Sviluppo Economico che, con DM 12 marzo 2020 ha confermato, come già fatto per il biennio precedente, l'incremento del diritto annuale per un triennio per la costituzione e la prosecuzione delle attività dei Punti Impresa Digitale diffusi sul territorio.

Anche nel corso del 2020, dopo l'approvazione del progetto, le attività del PID si sono concentrate sul coordinamento delle risorse e dei servizi già esistenti quali il cassetto digitale, il rilascio dello SPID, il progetto eccellenze in digitale, le agevolazioni riservate alle start up innovative, i libri digitali.

L'obiettivo della Camera di Commercio di Prato infatti è stato quello di riunire tutte le attività ed i servizi in materia di digitalizzazione ed offrire formazione ed orientamento per far compiere alle imprese coinvolte ed interessate tre passi operativi ben precisi in sequenza:

- Identità digitale: rafforzamento della percezione presso le aziende dell'aumentata efficienza dei rapporti con la P.A. tramite canali digitali
- Presenza digitale: diffusione delle conoscenze sugli strumenti di marketing digitale
- Maturità digitale (innovazione nei metodi e nei prodotti): diffusione delle conoscenze sulle tecnologie abilitanti del Piano I. 4.0.

Il concetto di digitalizzazione è pertanto stato coniugato in tre precise accezioni tecniche:

1. Identità digitale (servizi digitali quali SPID, cassetto digitale...)
2. Marketing digitale (presenza sul web, gestione social, automazione, e-consumer)
3. Industria 4.0. (innovazione di metodo e di processo, nuove tecnologie abilitanti).

Ad oggi il Punto Impresa Digitale della Camera di Commercio di Prato è in grado di mettere a disposizione delle aziende della provincia di Prato la seguente batteria di servizi:

- servizi informativi, di supporto al digitale e all'innovazione;

- valutazione del livello di maturità digitale delle imprese e assistenza nell'avvio di processi di digitalizzazione attraverso i servizi di assessment e mentoring;
- affiancamento nei processi di trasformazione digitale attraverso il Digital Promoter;
- percorsi di orientamento verso i servizi più specialistici (DIH e Competence Center)
- diffusione conoscenze di base su tecnologie Industria 4.0
- sostegno agli investimenti tecnologici (voucher).

Oltre a mantenere e rafforzare la batteria di servizi progettata e realizzata in questi anni, il PID ha inteso incrementare la profondità dell'offerta formativa sui temi del marketing digitale e di Industria 4.0. nonché aumentare il portafoglio delle aziende orientate verso percorsi di crescita e di innovazione più evoluti.

In particolare per quest'ultimo motivo si è ritenuto di iniziare una collaborazione biennale con il **Polo Universitario Pratese** (PIN srl) che, in quanto istituzione tradizionalmente vocata all'accompagnamento delle aziende in percorsi di innovazione e mentoring, si ritiene sia il soggetto idoneo per facilitare l'attivazione di rapporti con HUB più specialistici, anche di altre regioni d'Italia ed eventualmente europee.

Per quanto concerne gli obiettivi 2020 del progetto Punto Impresa Digitale, la Camera ha programmato di:

- approvare e gestire un bando per la concessione di contributi alle imprese;
- svolgere attività di Digital Assessment a favore di almeno 80 imprese del territorio;
- svolgere almeno 35 azioni di orientamento a favore di soggetti del network;
- realizzare almeno 5 eventi di promozione del servizio PID su temi afferenti alle tecnologie I4.0;
- partecipare a un percorso formativo di almeno 20 ore a favore del Digital Promoter;
- partecipare attivamente al network locale.

Da notare che, da quest'anno, la Camera ha deciso di non avvalersi di un digital promoter esterno ma di valorizzare adeguatamente le professionalità del proprio personale incaricato di gestire il progetto.

Al momento le attività risultano in gran parte realizzate e gli obiettivi raggiunti; in particolare è stata confermata la soddisfazione degli utenti per alcune iniziative camerali rientranti nel progetto, come il bando per la concessione di contributi, la cui dotazione finanziaria si è esaurita in pochissimo tempo.

Allegata alla presente relazione è inoltre la scheda con la valorizzazione a consuntivo degli indicatori definiti nel Piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio (PIRA).

*Servizi e-gov per le
imprese*

Accanto alle iniziative realizzate nell'ambito del PID, la Camera ha svolto anche altre attività nell'ambito del progetto del Fondo Perequativo 2015-2016 dedicato al **Potenziamento e diffusione presso le imprese delle attività di EGovernment delle Camere di Commercio, organizzando** eventi di divulgazione rivolti alle imprese in presenza, ovvero attraverso webinar, tramite social media, tramite campagne CRM, tramite tutorial, destinati anche a ordini professionali e pubbliche amministrazioni, sui seguenti temi: Cassetto digitale, Identità elettronica SPID, Pagamenti elettronici, Verifiche PA, Fascicolo informatico d'impresa, SUAP digitale, Fatturazione elettronica, Libri digitali, Firma digitale, Sistemi di notifica del registro imprese, Visualizzazione grafica della governance di impresa del registro imprese.

Altre iniziative di
formazione e di
informazione

Come di consueto la Camera di Commercio ha realizzato delle **attività formative** a favore delle imprese e dei professionisti, organizzando momenti informativi e seminari su temi diversi. Alcune delle proposte seminariali e formative sono state selezionate valutando le manifestazioni d'interesse di imprese e professionisti effettuata online tramite una pagina del sito predisposta ad hoc.

Nonostante la pandemia non abbia permesso di realizzare alcune attività formative in presenza, la Camera si è subito attivata per portare la sua offerta formativa online, dando così la possibilità agli utenti di usufruire egualmente dei servizi formativi offerti.

Sono state organizzate in presenza due iniziative formative Novità e cambiamenti della nuova norma UNI EN ISO 45001:2018 (23/01/2020) e Fare Branding su Instagram: opportunità e vincoli per imprese e professionisti (25/02/2020)

Le altre iniziative di formazione, oltre a quella legata alle tematiche di interesse camerale, sono state svolte tramite **webinar**, uno strumento che permette una formazione veloce e immediata e rappresenta un elemento di dialogo interessante con gli utenti. I webinar sono realizzati direttamente dall'ufficio Relazioni Esterne tramite la piattaforma Google Meet.

Alcuni numeri: sono stati organizzati 18 webinar, coinvolgendo i vari uffici dell'ente, con risultati finalmente soddisfacenti dopo i primi anni di avvio sperimentale del servizio: **1122 utenti** iscritti di cui 503 effettivi fruitori del servizio e con **786 visualizzazioni**. Tra i temi trattati: digitalizzazione, export, servizi e contributi camerali.

Di seguito i dati:

DATA	WEBINAR	iscritti	partecipanti	Visual / tape
13/05	Cassetto digitale dell'imprenditore e libri digitali: cosa sono e come funzionano	48	28	44
14/05	Fare Branding su Instagram: opportunità e vincoli per PMI e professionisti	54	40	
20/05	Il deposito dei bilanci: adempimenti e novità	75	45	188
27/05	SPID e Firma digitale: come si richiedono e come si usano	87	32	65
03/06	Contributi digitali I4.0 per le imprese: come richiederli	108	52	42
10/06	Verifica dinamica mediatori, agenti rappresentanti di commercio	54	14	41
17/06	Le opportunità per l'internazionalizzazione: il nuovo bando di contributo e il progetto Easy Export	67	17	23
18/06	Siamo davvero pronti per esportare? Riprendiamoci il valore	28	15	31
25/06	Il piano di marketing strategico per l'estero	47	25	50
29/06	1° Modulo - "Il comportamento del consumatore online" - 1^ parte	51	18	25
01/07	1° Modulo - "Il comportamento del consumatore online" - 2^ parte	69	42	30
02/07	Ripartenza: i nuovi modi per approcciare i mercati esteri	51	18	23
06/07	2° Modulo - "Modelli di business" - 1^ parte	70	31	31
08/07	2° Modulo - "Modelli di business" - 2^ parte	78	31	34
13/07	3° Modulo - "E-commerce e marketing digitale" - 1^ parte	96	36	67
16/07	3° Modulo - "E-commerce e marketing digitale" - 2^ parte	89	30	57
24/09	Esportare con le piattaforme del gruppo Alibaba	31	16	35
30/09	Realtà aumentata e brand experience come strumenti di marketing: quali opportunità per le imprese	19	13	

La Camera ha partecipato anche nel 2020 al progetto **Excelsior** – il Sistema Informativo per l'occupazione e la formazione, che ricostruisce periodicamente il quadro previsionale della

domanda di lavoro e dei fabbisogni professionali e formativi espressi dalle imprese, fornendo indicazioni di estrema utilità soprattutto per supportare le scelte di programmazione della formazione, dell'orientamento e delle politiche del lavoro. L'indagine è svolta in ogni provincia italiana dalla rete delle Camere di Commercio e coinvolge le imprese di tutti i settori economici e di tutte le dimensioni. Per un'illustrazione più analitica si legga più avanti al paragrafo "Prato nell'area metropolitana – analisi e conoscenza del sistema economico locale".

Promozione
dell'imprenditoria

In tema di supporto alla nuova imprenditoria, è proseguita l'attività del servizio per l'Assistenza Qualificata alle Imprese (AQI) per la costituzione e la modifica, con modalità semplificata, di s.r.l. start up innovative. Il servizio ha subito dei periodi di sospensione per effetto delle misure anti-Covid.

È quindi proseguita l'attività dello **Sportello Nuove Imprese**, appositamente disegnato per fornire agli aspiranti imprenditori un primo orientamento e assistenza tecnica nelle fasi di avvio dell'iniziativa e nella ricerca delle migliori opportunità di finanziamento. Lo Sportello eroga da tempo i servizi di informazione e assistenza su appuntamento e ha principalmente risposto a quesiti inerenti i seguenti temi: microcredito a tasso zero, fondo perduto, bonus assunzione, registrazione marchi e brevetti, formazione e tirocini.

Sono stati ricevuti in colloqui di circa mezz'ora **53** aspiranti imprenditori. Gli incontri hanno riguardato in grande maggioranza richieste di agevolazione e prestiti per le quali sono state fornite informazioni e suggerimenti di orientamento generale. Nella maggior parte dei casi, le attività per le quali gli incontri sono stati richiesti riguardavano l'apertura di locali dedicati alla somministrazione, negozi di vicinato, sviluppo di applicazioni digitali, laboratori artigianali di vario genere. Il servizio, così come strutturato, riscuote un giudizio positivo dagli utenti.

Nell'ambito dello Sportello Nuove Imprese esiste una **biblioteca** camerale, che tuttavia è stata chiusa al pubblico dall'inizio della pandemia.

Lo Sportello Nuove Imprese (SNI) è anche **Sportello Microwork**, presso il quale si offre un servizio informativo e punto di contatto sull'autoimpiego e sul microcredito, inteso quale servizio aggiuntivo rispetto a quelli già offerti nell'ambito delle funzioni proprie. La Camera è anche iscritta al portale Clic-Lavoro del Ministero del lavoro e delle politiche sociali nella sezione "Intermediazione" relativa ai soggetti autorizzati ad erogare servizi di intermediazione al lavoro, come previsto dall'art.6 lett. c) del d.lgs.276/2003, novellato dall'art.29 del DL 98/2011. A conferma dell'impegno nei confronti dello Sportello, la Camera di Commercio a fine 2019 ha rinnovato per un biennio la convenzione con l'Ente Nazionale per il Microcredito finalizzata a promuovere lo strumento del microcredito a livello locale, con lo scopo di fornire agli aspiranti imprenditori un nuovo servizio informativo ad alto valore aggiunto.

È proseguita inoltre l'attività di monitoraggio e di exit nei confronti delle imprese finanziate con il **Fondo Sviluppo Nuove Imprese**, riscontrando tuttavia notevoli difficoltà; purtroppo l'andamento delle start up finanziate con il fondo si rivelato particolarmente negativo, rendendo necessario svalutare le partecipazioni a bilancio con conseguente impatto economico sul risultato complessivo d'esercizio della Camera di Commercio.

Presso la Camera di Commercio sono operanti il **Comitato per l'Imprenditoria Femminile e il Comitato per l'Imprenditoria Sociale e il Microcredito**, entrambi con funzioni di analisi e di proposta nelle materie di propria competenza.

Rapporto
imprese – credito

La Camera di Prato ha svolto, come già da alcuni anni, un ruolo di facilitatore dei rapporti di partnership tra banche, confidi e imprese. In particolare ha sin dall'inizio collaborato

fattivamente al **Fondo Santo Stefano**, partecipando con un proprio rappresentante ai lavori del Comitato di Indirizzo e contribuendo finanziariamente al Fondo di Garanzia. Scaduto l'impegno nel Fondo di Garanzia e ottenuto il previsto rimborso delle somme, la Camera, pur non avendo alcun impegno finanziario attivo con il Fondo, ha proseguito nella partecipazione alle attività del Fondo Santo Stefano, a comprova della propria centralità sul territorio in materia di sostegno alla nuova imprenditoria.

E' proseguita con **Fidi Toscana** una collaborazione organizzativo – istituzionale che, nell'ottica dello sviluppo del territorio pratese, ha lo scopo di favorire tra l'altro una presenza stabile della finanziaria regionale nel territorio provinciale, in grado di fornire servizi di assistenza alle imprese con particolare riferimento alle politiche della Regione Toscana in materia di accesso al credito per le PMI. La collaborazione è proseguita regolarmente grazie alla operatività dello sportello di Fidi Toscana presso i nuovi locali camerale.

**Il nuovo Codice
delle crisi di
impresa e
dell'insolvenza**

Tra le novità di maggior impatto che la Camera aveva inserito tra gli obiettivi prioritari era l'avvio del nuovo Codice delle crisi di impresa e dell'insolvenza, la cui entrata in vigore è stata tuttavia differita con più interventi legislativi su iniziativa del Governo al 2021, già a partire dal D.L. 2 marzo 2020 n. 9, poi dal D.L. 8 aprile 2020 n. 23 fino al Decreto Legislativo 26 ottobre 2020 n. 147 che ha prorogato al 1 settembre 2021 l'entrata in vigore, introducendo significativi e importanti correttivi agli istituti disciplinati dal codice. L'incertezza sulla data di entrata in vigore, il susseguirsi di interventi normativi sul codice e la fluidità della cornice del ruolo camerale nell'attuazione della riforma hanno di fatto congelato ogni attività programmata per il 2020, di cui si dà comunque conto nell'allegata scheda con la valorizzazione a consuntivo degli indicatori definiti nel Piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio (PIRA).

**Processi di
integrazione**

Per promuovere la **cultura della legalità**, la Camera di Commercio ha collaborato con le istituzioni preposte al controllo e alla vigilanza sul territorio fornendo i dati necessari per le attività ispettive. Accanto a questo ha comunque cercato il dialogo con l'imprenditoria straniera.

Inoltre da anni ormai, la Camera di Commercio di Prato realizza con cadenza annuale un'indagine sull'imprenditoria extracomunitaria (non solo quella cinese) che ha rappresentato un importante strumento di monitoraggio e che ha permesso negli anni di seguire l'evoluzione del fenomeno. Il Rapporto 2020 su "**L'imprenditoria straniera in provincia di Prato**" è stato presentato alla stampa il 16 luglio ed è consultabile sul sito camerale.

In un'ottica di rilancio economico e morale del territorio, con lo scopo di generare una ricaduta positiva per l'area valorizzandone altresì l'immagine, la Camera ha altresì aderito all'iniziativa "**Premio Santo Stefano**", collaborando all'individuazione delle aziende da premiare e accogliendo, come di consueto, la prestigiosa cerimonia di premiazione.

Si è inoltre consolidata la collaborazione con le amministrazioni operanti sul territorio nell'ambito del **Patto per il monitoraggio delle attività produttive** mediante banche dati e scambio di informazioni tra pubbliche amministrazioni, iniziativa promossa dalla locale Prefettura. Attraverso le segnalazioni di polizia municipale, ASL, Agenzia delle Dogane, Guardia di Finanza, Ispettorato territoriale del lavoro e Agenzia delle Entrate sono stati avviati procedimenti di cancellazione d'ufficio ex D.P.R. 247/2004 e procedimenti di iscrizione d'ufficio, oltre alle segnalazioni relative al REA e alla precisazione dell'indirizzo della sede.

Ai fini del monitoraggio del fenomeno imprenditoriale, soprattutto per le imprese gestite da cittadini extra UE, assume particolare importanza la fornitura ai Comuni della Provincia e all'ASL – Dipartimento della prevenzione, degli elenchi mensili delle imprese neo iscritte.

Sono in oltre attive tre convenzioni con il Comando Provinciale dei Vigili del Fuoco, con la Prefettura e con la Questura (rinnovate fino al 31.12.2020) per l'accesso ai dati del Registro delle Imprese, a supporto delle attività di contrasto dei fenomeni di illegalità in campo economico.

Il marchio **RB TEX - Responsible Business Textile**, la certificazione etica per il settore del tessile/moda (progetto, materiale promozionale, sito internet...), nato nel 2017, è un marchio volontario che accerta il rispetto da parte dell'azienda della normativa vigente in materia di sicurezza dei luoghi di lavoro, adempimenti contabili e fiscali, gestione ambientale, formazione del personale. Il Marchio individua inoltre alcuni aspetti qualificanti della vita aziendale che si riferiscono a fattori etici e a scelte responsabili che l'azienda ha fatto e che vengono valorizzate con la certificazione: Welfare del personale, trasparenza, cittadinanza d'impresa, sostenibilità ambientale. Purtroppo il marchio non sta riscontrando l'auspicato interesse delle imprese locali, come invece poteva apparire considerato il successo della fase di sperimentazione.

*Aggregazione
di imprese*

Le diverse forme di collaborazione e integrazione consentono alle imprese di aumentare la propria capacità competitiva; la Camera di Commercio ha portato 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.

Risorse Utilizzate

Budget 2020	Budget 2020 Aggiornato	Risorse Utilizzate	% utilizzo risorse
€ 223.736	€ 473.736	€ 473.605	100%

B) Macro area di intervento: Competitività

Obiettivo Strategico

Migliorare l'accesso al credito, promuovere lo sviluppo delle infrastrutture, la diffusione dell'innovazione e le politiche di sostenibilità ambientale; promuovere l'internazionalizzazione delle imprese e dei territori; rendere più efficiente il contesto operativo delle imprese in Italia e in Europa, migliorando le regole, promuovendo la legalità

Linee strategiche di sviluppo:

- Prato Diversifica
- Prato verso il Mondo

Linea strategica PRATO DIVERSIFICA

Obiettivo

Promuovere la creazione di un distretto dell'innovazione

Linee strategiche	Obiettivi	Azioni
Distretto innovativo	Stimolare la diversificazione all'interno del territorio	- gestione servizi alle imprese: certificazioni TFashion e GreenCare - servizio di assistenza tecnica alle imprese per proprietà industriale - servizio di rilascio SPID
Green Economy	Creare le condizioni per potenziare questo settore all'interno del territorio	- promozione marchi Cardato Recycled e Cardato - valorizzazione e promozione di iniziative green delle imprese del territorio
Infrastrutture	Rendere il territorio più competitivo per le imprese che vi operano	- mantenimento del proprio impegno per lo sviluppo di aeroporto e interporto - valorizzazione della dotazione logistica del nostro territorio, in un'ottica metropolitana

Azioni realizzate

Distretto
dell'innovazione

Nel corso degli ultimi anni, la Camera di Commercio ha sottolineato l'importanza della diversificazione e certificazione produttiva, come strumento per accrescere la competitività delle imprese sui mercati nazionali e internazionali.

Tra le varie attività coerenti con tale impostazione, la Camera ha istituito già da qualche anno il "Servizio Qualità e Qualificazione delle filiere del Made in Italy" con attività di orientamento e prima assistenza alle imprese, di supporto nell'individuazione dello schema di qualificazione più adatto a valorizzare le proprie attività e di promozione del servizio e degli schemi di qualificazione di proprietà del sistema camerale. Tra essi merita menzione il marchio TFashion, creato con lo scopo di garantire la trasparenza in merito al paese di origine delle principali fasi di lavorazione dei settori: tessile-abbigliamento, pelletteria, pellicceria, calzaturiero. L'incertezza derivante dall'annunciato scioglimento di Unionfiliera, proprietaria del marchio, ha frenato le attività di promozione del servizio camerale, che riprenderanno non appena saranno consolidati i nuovi assetti del soggetto gestore.

E' stato garantito anche quest'anno il servizio di primo orientamento brevettuale, programmato in presenza solo nei mesi di gennaio e febbraio. A partire da marzo il servizio, stante l'emergenza COVID, si è svolto a distanza, prevalentemente con consulenze telefoniche. Nel complesso sono stati 19 gli utenti hanno usufruito di una consulenza gratuita.

Green Economy

L'altro grande tema su cui da alcuni anni è impegnata la Camera è quello della green economy, con il progetto "Cardato Regenerated CO2 Neutral" dal quale è nato, nel 2014, il marchio **Cardato Recycled** e poi, dal 2016, il marchio **Cardato**.

In breve il **Cardato Recycled** è un marchio che garantisce la misurazione del ciclo di vita di tessuti e filati in lana – la c.d. LCA Life Cycle Assessment - nati dal riciclo di materiali tessili. A garantire la certificazione è SGS, l'ente di certificazione internazionale.

Entrambi i due marchi garantiscono la misurazione della LCA dei prodotti, cioè il "ciclo di vita" inteso come misurazione dell'impatto di sostanze utilizzate, uso di acqua, di energia, di CO2. La certificazione non sarà più disponibile solo per i produttori filati e di tessuti, ma anche per i **terzisti**, che potranno certificare le loro lavorazioni. Una novità importante, inserita anche nel regolamento del marchio "**Cardato Recycled**", che originariamente non lo prevedeva.

Nel corso dell'anno 2020 complessivamente sono state certificate 9 aziende (invariate rispetto al 2019).

Il tema della **tracciabilità delle produzioni tessili** e moda è uno dei temi al centro della politica di rilancio del settore; la Camera di Commercio di Prato ha portato avanti il suo impegno per la promozione del marchio TFashion (come sopra ricordato) tra le aziende del distretto, con il mutuo riconoscimento del marchio "Cardato Recycled" promosso dalla Camera di Commercio: praticamente le aziende che ottengono il marchio Cardato possono, senza supplemento di documentazione o di costi, ottenere anche il marchio TFashion. Tre aziende certificate Cardato Recycled aderiscono al marchio TFashion.

Nell'ambito del Fondo perequativo 2017/2018 è stato elaborato un progetto sul tema delle "politiche ambientali: azioni per la promozione dell'**economia circolare**", finalizzato all'accrescimento delle competenze e dei servizi camerale sull'economia circolare. Il progetto, coordinato da Unioncamere Toscana ed ammesso al finanziamento nazionale, è seguito dall'Istituto Superiore S. Anna di Pisa.

Infrastrutture

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 di Prato ha mantenuto il proprio impegno in Aeroporto e Interporto, lavorando per il potenziamento di queste infrastrutture, in sinergia con gli altri soggetti pubblici impegnati su questo tema.

Parlando di infrastrutture, non possiamo non ricordare l'**Auditorium** e le opere di urbanizzazione che ne consentono una piena fruibilità: l'auditorium di 400 posti, con accesso indipendente, è un'infrastruttura polivalente che può essere utilizzata con modalità e finalità diverse (convegni, fiere, sala musicale, sala ricevimenti) come dimostra l'attività svolta nel corso dell'anno (vedi sopra "La sede camerale: uno spazio aperto").

Si ricorda infine l'investimento effettuato dalla Camera di Prato nel Fondo Sistema Infrastrutture, gestito da HAT Orizzonte SGR, per un valore complessivo di 2,5 milioni di euro (di cui richiamati circa 1,4 milioni); è iniziato nel 2015 il periodo di disinvestimento la cui durata è prevista in nove anni; nel mese di febbraio c'è stata un'importante distribuzione del valore **netto** di € 2.020.283,32.

Risorse Utilizzate

Budget 2020	Budget 2020 Aggiornato	Risorse Utilizzate	% utilizzo risorse
€ 10.500	€ 10.500	€ 9.250	88%

Linea strategica PRATO VERSO IL MONDO

Obiettivo

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.

Linee strategiche	Obiettivi	Azioni
Supportare l'internazionalizzazione delle imprese	<i>Aiutare le imprese del territorio ad affacciarsi in nuovi mercati</i> <i>Supportare le imprese nel proprio processo di internazionalizzazione</i>	- Attività di informazione e assistenza tecnica alle imprese - Sostegno all'export delle PMI [FP] - servizi di incoming

Azioni realizzate

Supportare l'internazionalizzazione delle imprese

Per quanto concerne le attività finalizzate alla promozione delle imprese nei mercati esteri (nell'ambito della linea strategica "Prato verso il mondo"), è doveroso sottolineare come il taglio delle risorse – effettuato con D.L. 90/2014 come ricordato – abbia imposto un ripensamento in ordine alle modalità di realizzazione delle attività camerali rivolte all'export.

Inoltre, la riforma del sistema camerale ha fortemente inciso su questa funzione delle camere di commercio. Il decreto legislativo n. 219 del 2016, recante la riforma del sistema camerale, ha modificato il proprio ambito di competenza in tema di promozione all'estero delle imprese. Nello specifico, ai fini dell'ulteriore rafforzamento del sistema di sostegno all'internazionalizzazione, è stata identificata la preparazione ai mercati internazionali - attraverso attività di informazione, formazione, supporto organizzativo e assistenza alle PMI - fra le competenze obbligatorie delle camere, prescrivendo, al contempo, che siano escluse dai compiti delle stesse le attività promozionali direttamente svolte all'estero.

La riforma dà, dunque, rilevanza al ruolo delle camere di commercio quale rete capillare di contatto con le imprese sul territorio - in particolare quelle di minori dimensioni, le start up e le aziende organizzate in filiere e reti – garantendo altresì un costante raccordo con le azioni messe in campo dall'ICE e dal Gruppo CDP, da un lato, e dal sistema delle Regioni, dall'altro.

La Camera ha comunque svolto attivamente il suo ruolo di ente a sostegno delle micro e piccole imprese interessate a migliorare i propri rapporti con l'estero. La centralità delle funzioni in materia di internazionalizzazione è stata infatti confermata dal Ministero dello Sviluppo Economico che, con DM 12 marzo 2020, ha autorizzato l'incremento del diritto annuale per un triennio per la realizzazione di iniziative a supporto dell'internazionalizzazione delle imprese.

In tale ambito, l'emergenza Covid 19 ha spostato l'asse delle priorità aziendali identificando in molti casi l'internazionalizzazione come necessità immediata per una ripartenza di lungo termine. In quest'ottica si sono attivati, fin dai primi momenti della crisi, i soggetti pubblici di riferimento (ICE, SACE, sistema delle camere di commercio italiane all'estero) sia per un'operatività immediata, sia per una un supporto alla liquidità destinato alle operazioni di produzione e promozione.

Anche il sistema camerale ha voluto offrire il suo contributo alla crisi in atto destinando risorse aggiuntive e ricalibrando i progetti già avviati (Internazionalizzazione, PID, ecc). Già da anni la Camera di Commercio di Prato è impegnata a ricalibrare le attività di internazionalizzazione dopo le modifiche imposte dalla riforma di cui al D.Lgs 219/2016. L'anno scorso con il Fondo Perequativo sono stati avviati i progetti SEI (Sostegno Export Italia) e Easy Export. Il connubio tra i due progetti in ambito Fondo Perequativo ha permesso di realizzare uno "scouting" di aziende potenzialmente interessate all'export distinte tra "esportatrici occasionali" e "potenzialmente esportatrici". Sulla base di questa suddivisione si è proceduto a ipotizzare e progettare nel dettaglio una prima batteria di servizi e di azioni promozionali da destinare in maniera distinta ai due diversi segmenti. La promozione delle attività, realizzata di concerto con le locali associazioni di categoria, ha raggiunto con la newsletter camerale circa 2.500 aziende. In seguito a un approfondito lavoro di profilazione, si è ipotizzato un format di assessment da sviluppare con l'ausilio di esperti esterni (Temporary Export Manager reclutati tramite avviso pubblico) cui affiancare degli strumenti on line messi a disposizione di Unioncamere tramite un portale dedicato (banche dati paese, export check up, questionari, ecc.). Il progetto ha ricevuto numerose manifestazioni d'interesse sulle quali è stata effettuata una selezione che ha portato a lavorare su un gruppo più ristretto di aziende. L'assessment è stato realizzato attraverso incontri riservati tra i professionisti e gli imprenditori, direttamente in azienda. Questo primo incontro ha attivato un percorso di accompagnamento di circa 2/3 mesi (a seconda dei casi) che ha avuto come obiettivo la definizione delle aree di forza e di debolezza, l'individuazione di paesi esteri target e specifiche azioni di marketing (liste operatori, contatti con l'estero etc...).

Nell'annualità 2020 il progetto camerale intende, da un lato approfondire il lavoro avviato nel 2019, in particolare sulle aziende già servite dal percorso di accompagnamento con gli export temporary manager e, dall'altro, ampliare il portfolio dei servizi offerti alle aziende e di conseguenza il bacino d'utenza di queste. Le attività per il 2020 comprendono pertanto anche il progetto finanziato con le risorse derivanti dall'aumento 20% del diritto annuale e sono articolate in tre azioni principali e due attività generali.

Le tre azioni principali sono:

1. Proseguimento dello scouting di aziende e proposta di primo orientamento;
2. Proposta di iniziative commerciali (Incoming, ricerche di mercato)
3. Sviluppo di un secondo percorso di approfondimento sulle aziende partecipanti all'edizione 2019.

Le attività generali trasversali al progetto sono:

1. Formazione specialistica sul commercio internazionale;
2. Voucher e contributi Internazionalizzazione.

In merito alle tipologie di attività e di servizi offerti, Unioncamere auspica di rimodellare la progettualità delle camere per rispondere ai nuovi fabbisogni delle imprese che ora stanno affrontando l'emergenza Covid-19 e che dovranno gestire la ripartenza nella "Fase 2". In particolare, nell'ambito dei progetti finanziati con l'aumento del 20% o sul Fondo Perequativo si elencano una batteria di servizi ed attività che tengano conto delle nuove modalità imposte dalla crisi sanitaria internazionale. In particolare:

- Scouting, assessment e prima assistenza;

- Servizi di informazione, formazione, orientamento e accompagnamento
- Interazione con i soggetti del sistema pubblico per la promozione dei rapporti economici e commerciali con l'estero (es Help Desk in collaborazione con ICE);
- servizi di accompagnamento e orientamento all'export su piattaforme digitali;
- favorire opportunità di incontro in modalità virtuale, ossia sviluppare percorsi collettivi di B2B virtuali tra buyer internazionali e operatori nazionali;
- percorsi di affiancamento e di supporto per il posizionamento su piattaforme/ marketplace/ sistemi di smart payment internazionali e la valorizzazione e la promozione del Made in Italy su marketplace internazionali e su canali digitali;
- favorire la presenza in Camera di commercio un Temporary Export Specialist o un Digital Export Specialist, ovvero una figura in grado di formare e offrire un'assistenza personalizzata alle PMI per impostare azioni di marketing per lo sviluppo aziendale;
- affiancare le aziende nell'elaborazione delle strategie di export, nell'individuazione dei mercati obiettivo, nell'analisi della concorrenza, nella ricerca e contatto con i potenziali clienti e importatori.

Al momento le attività risultano in gran parte realizzate e gli obiettivi raggiunti; in particolare è stata confermata la soddisfazione degli utenti per alcune iniziative camerali rientranti nel progetto, come il bando per la concessione di contributi, la cui dotazione finanziaria si è esaurita in pochissimo tempo.

Oltre al progetto a valere sulle risorse derivanti dall'incremento del 20% del diritto annuale, la Camera di Commercio ha presentato un ulteriore progetto a valere sul Fondo di Perequazione 2017-18, con lo scopo di ampliare le azioni di accompagnamento all'export già avviate nel corso dell'edizione precedente e favorire l'avvio sui mercati esteri delle aziende che non esportano (o che esportano in misura marginale) rispetto a quelle precedentemente individuate e profilate. L'iniziativa è in fase di realizzazione e sarà conclusa entro la fine del corrente anno.

Allegata alla presente relazione è inoltre la scheda con la valorizzazione a consuntivo degli indicatori definiti nel Piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio (PIRA).

Risorse Utilizzate

Budget 2020	Budget 2020 Aggiornato	Risorse Utilizzate	% utilizzo risorse
€ 249.930	€263.854	€263.244	100%

C) Macro area di intervento: Sistema camerale e Produttività

Obiettivo Strategico

Completare ed aggiornare la riforma del sistema camerale in una logica di miglioramento dell'efficienza e della qualità dei servizi camerali

Linee strategiche di sviluppo

- Prato nell'area metropolitana

Linea strategica PRATO NELL'AREA METROPOLITANA

Obiettivo: Aprire un confronto concreto e costruttivo all'interno dell'area metropolitana, su temi strategici e di interesse comune.

Linee strategiche	Obiettivi	Azioni
Crescere nell'area metropolitana	Contribuire a far crescere Prato all'interno dell'area vasta, valorizzandone ruolo e specificità	- rafforzare collaborazione con Camera di Pistoia - partecipare attivamente alla riflessione sulla riorganizzazione dei servizi a livello di area metropolitana
Prato nel sistema camerale nazionale e regionale	Garantire alla Camera di Commercio di Prato la possibilità di far sentire la propria voce a livello nazionale e regionale	- partecipare attivamente all'attività di sistema
Analisi e conoscenza del sistema economico locale	<i>Fornire elementi conoscitivi ai decision makers per delineare le politiche di intervento</i>	- informazione economica e monitoraggio economia locale programmi SISTAN
Regolazione del mercato e tutela dei consumatori	<i>Favorire la trasparenza del mercato e la tutela dei consumatori</i>	- garantire l'operatività di ADR - garantire l'operatività dello sportello CSR - garantire l'impegno per la vigilanza del mercato e lo svolgimento di funzioni di metrologia legale - svolgere attività a tutela dei consumatori e della trasparenza del mercato
Piano di comunicazione	Migliorare la conoscibilità delle attività dell'ente e Promuovere l'immagine del territorio	COMUNICARE l'attività dell'ente INFORMARE il proprio pubblico e la potenziale utenza sulla attività e sui servizi svolti

Azioni realizzate

*Crescere
nell'area
metropolitana*

Già da alcuni anni la Camera di Commercio di Prato coinvolge in specifiche iniziative altre Camere di Commercio.

E' stata data esecuzione all'accordo con la Camera di Pistoia per lo svolgimento, in forma associata, delle funzioni di controllo sulla presenza di clausole inique nei contratti, mentre già da fine 2017 è stato costituito l'ufficio comune Prato-Pistoia per la gestione associata di funzioni amministrative e servizi di metrologia legale.

L'approccio di collaborazione interistituzionale dell'ente con altre realtà del sistema camerale tuttavia non si limita alle esperienze strutturate e sopra ricordate, essendo una prassi consolidata quella di ricercare sinergie per l'attuazione di progetti specifici.

Durante il periodo di lockdown vi è stata una stretta collaborazione con la Prefettura, la Guardia di Finanza e con i locali SUAP per verificare le imprese che potevano stare aperte sulla base del codice di attività dichiarato al Registro delle imprese.

*Prato
nel sistema
camerale
nazionale e
regionale*

Ai tavoli e gruppi di lavoro regionali e nazionali, in cui già da alcuni anni è impegnata la struttura camerale, è proseguita la collaborazione nel gruppo di redazione della Guida interattiva per la presentazione degli atti societari al Registro delle Imprese nella Commissione tecnico giuridica Unioncamere- Consiglio Nazionale del Notariato, la Task force di Unioncamere nazionale per la riforma del diritto annuale ed il gruppo di lavoro dei Responsabili della Protezione dei dati del sistema camerale (presso Unioncamere).

E' proseguita anche la partecipazione al gruppo di lavoro per il progetto ATECO per la standardizzazione delle descrizioni attività, l'allineamento con i codici di attività denunciati all'Agenzia delle Entrate e le informazioni sulla documentazione richiesta per la denuncia dell'attività al REA (www.ateco.infocamere.it).

Il DPO della Camera, in forza di una apposita convenzione, svolge la funzione anche per la Camera di Terni.

Il Segretario generale fa parte dei comitati tecnici Ministero Sviluppo Economico – Unioncamere per l'attuazione del progetto vigilanza del mercato e del progetto Consumatori.

*Analisi e conoscenza
del sistema
economico locale*

L'attività di monitoraggio del sistema economico locale è stata svolta regolarmente, cercando di mantenere un elevato livello qualitativo nelle proprie analisi.

È quindi proseguita l'attività istituzionale di elaborazione e diffusione di informazioni e dati sui molteplici aspetti della realtà socio-economica della provincia; sono stati realizzati alcuni report tematici a beneficio della collettività e/o a supporto dei processi di programmazione dell'Ente, nonché mediante l'aggiornamento costante della sezione del sito camerale dedicata agli studi e statistiche. È stata inoltre soddisfatta la totalità delle numerose richieste specifiche di dati, informazioni ed elenchi merceologici pervenute da parte degli amministratori e dell'utenza pubblica o privata.

Per quanto concerne le altre rilevazioni si segnalano qui:

- l'Indagine periodica sulla Grande Distribuzione Organizzata (GDO), in collaborazione con il Ministero dello Sviluppo Economico, con riferimento alla data del 31 dicembre 2019 e relativa alle seguenti tipologie di esercizi commerciali: grandi magazzini, supermercati, ipermercati, minimercati, grandi superfici specializzate. L'indagine sulla Grande Distribuzione è stata realizzata secondo le modalità previste dal Ministero dello Sviluppo

economico nel periodo aprile maggio 2020. Sono stati coinvolti i locali Sportelli per le Attività produttive (SUAP) per una ricognizione delle licenze rilasciate ed ha riguardato il censimento di 48 unità tra grandi magazzini, supermercati, ipermercati, minimercati e negozi specializzati.

- l'indagine "Excelsior", Sistema informativo per l'occupazione e la formazione, in collaborazione con Unioncamere, che ricostruisce periodicamente il quadro previsionale della domanda di lavoro e dei fabbisogni professionali e formativi espressi dalle imprese. La Camera di Commercio di Prato ha manifestato la propria disponibilità a collaborare, anche per il 2020, alla realizzazione del Progetto Sistema Informativo Excelsior "Attività di monitoraggio continuo dei fabbisogni professionali per favorire l'incontro tra domanda e offerta" – PON SPAO "Sistemi di Politiche Attive per l'Occupazione" Asse I – Occupazione (CUP E56118000000007). La progettazione e il coordinamento delle attività sono state affidate all'ufficio Studi e Statistica, che ha potuto contare sul supporto costante della Segreteria Generale e sulla collaborazione degli uffici Relazioni Esterne e Promozione. Nei confronti degli imprenditori si è cercato di comunicare che l'obiettivo di fondo di Excelsior non è soltanto quello di monitorare le prospettive dell'occupazione a breve termine, bensì proporsi come strumento informativo a supporto costante delle politiche di orientamento al lavoro e della formazione professionale. In tal modo Excelsior si propone verso l'offerta di lavoro come uno strumento previsionale aggiornato e in grado anche di orientare scelte di studio ed una maggior consapevolezza tra studenti e docenti in merito all'interdipendenza tra sistema formativo e mondo produttivo. Nel 2020 sono state regolarmente realizzate le indagini previste dal progetto, che hanno compreso tutte le volte un campione di 50 aziende nel corso delle 9 rilevazioni mensili realizzate. Come corrispettivo per l'attività di rilevazione effettuata alla Camera di Commercio è stata riconosciuta una somma complessiva massima di € 14.300 annui, Inoltre si è provveduto per nove volte (in seguito a ciascuna rilevazione) all'aggiornamento della sezione del sito camerale dedicata al progetto.
- In collaborazione con le associazioni sindacali e di categoria, a partire dal 2019 sono stati anche elaborati e pubblicati on line a cadenza mensile i quadri sintetici relativi alla provincia di Prato che riportano i dettagli della domanda di lavoro in relazione ai settori, alla tipologia dell'area aziendale, del tipo di contratto, del titolo di studio delle figure professionali più richieste.

*Regolazione del
mercato e tutela dei
consumatori*

La Camera di Commercio è titolare di importanti funzioni di regolazione e vigilanza sul mercato, funzioni recentemente ribadite nell'art. 2, 2° comma D. Lgs. 23/2010 di riforma della Legge n. 580/93.

Le azioni di regolazione del mercato sono volte a prevenire i conflitti attraverso la divulgazione tra gli operatori della conoscenza delle norme (anche per mezzo della raccolta degli usi provinciali), la trasparenza dei prezzi, la tenuta del Registro Informatico dei Protesti e la diffusione di relazioni commerciali corrette, ovvero a risolvere in modo rapido, condiviso ed efficace le controversie commerciali; le imprese possono così più utilmente utilizzare le loro energie per migliorare la competitività e le performance aziendali; viceversa il consumatore trova, anche attraverso la dimensione collettiva dei diritti, una risposta ad istanze che altrimenti sarebbero inascoltate. A giugno 2019 l'unico notaio che a Prato effettuava la levata dei protesti cambiari ha cessato questa attività e, pertanto, dallo stesso mese la pubblicazione degli elenchi non è stata più fatta. Rimangono le altre funzioni di tenuta del Registro; nella prospettiva dell'accorpamento è stata approvata una nuova Disciplina delle procedure per la cancellazione dal registro, condivisa con la Camera di Pistoia e adottata a Prato a far data dal 1 settembre scorso.

E' stata svolta l'attività di verifica sulla potenziale **vessatorietà delle clausole** nelle condizioni generali di contratto con il supporto di una commissione composta da rappresentanti degli ordini professionali: il lavoro è stato focalizzato principalmente sul controllo dei documenti di interesse per consumatori e utenti posti periodicamente in pubblica consultazione da Enti e Authority di livello nazionale. E' stata altresì svolta attività di informazione e orientamento agli utenti in materia di pratiche commerciali scorrette, con particolare riferimento alla pubblicità ingannevole.

Una delle attività di maggiore impatto in materia di regolazione delle controversie è sicuramente stata l'approvazione del D.Lgs 28/2010 in materia di **mediazione** finalizzata alla conciliazione delle controversie civili e commerciali, che ha elevato il previo tentativo di ricorso a tale istituto a condizione di procedibilità presso l'autorità giurisdizionale ordinaria.

Complessivamente fino al 30 settembre 2020 sono state gestite n. **38** procedure di mediazione e conciliazione. Nello stesso periodo, l'organismo di mediazione della Camera ha consentito lo svolgimento di 11 tirocini assistiti ai mediatori iscritti. Il tempo medio di fissazione del primo incontro tra le parti è stato di 26 giorni, mentre i tempi di conclusione del procedimento (se si escludono le domande di rinvio autorizzate da entrambe le parti) ammontano a 56 giorni.

Presso la Camera di Commercio di Prato è altresì attiva anche la **Camera Arbitrale**, che nel corso del 2020 ha gestito **n. 1 procedura arbitrale**.

L'Organismo di composizione della crisi da sovraindebitamento della Camera di Prato, iscritto al Registro tenuto presso il Ministero della Giustizia al numero progressivo 148, nel corso dell'anno ha avviato le proprie attività gestendo **10 procedure**. L'OCC consente la gestione della procedura di esdebitazione destinata a coloro che, non avendo i requisiti di fallibilità a norma dell'art. 1 della legge fallimentare, non possono accedere alle procedure concorsuali (piccoli imprenditori e consumatori). Per questi soggetti la legge prevede la possibilità di rivolgersi all'Organismo di composizione della crisi e di formulare una proposta di accordo con i creditori o, nel caso del consumatore, in alternativa all'accordo, di presentare un piano di ristrutturazione dei debiti. Gli Organismi camerali nell'ambito di tale attività, devono: dare assistenza al debitore/consumatore; verificare la fattibilità del piano; assumere le funzioni di tutela dei creditori; svolgere una serie di attività ausiliarie rispetto alle funzioni del Giudice.

La Legge n. 580/1993 indica espressamente la cosiddetta **vigilanza sui prodotti**, cioè il controllo sulla corretta applicazione delle disposizioni normative relative ad alcune tipologie di prodotti, fra i compiti istituzionali delle Camere di Commercio. Tali attribuzioni, che si collocano nel quadro delle funzioni di tutela del mercato conferite alle Camere, mirano a creare un contesto in cui circolino liberamente soltanto i prodotti dotati dei necessari requisiti di sicurezza e muniti delle informazioni prescritte, al fine di tutelare la sicurezza dei consumatori, consentire loro di effettuare scelte consapevoli e assicurare da questo punto di vista una leale concorrenza fra imprese. In tale ottica, sulla base di una Convenzione stipulata con l'Unioncamere, è stato attuato un piano di vigilanza sulla conformità dei prodotti (elettrici, giocattoli, prodotti tessili e prodotti generici) commercializzati da imprese selezionate sulla base di un campionamento secondo modalità stabilite dalla stessa Unioncamere. Le informazioni relative alle **ispezioni** effettuate e all'esito dei controlli operati sono state sistematicamente in un sistema informatico di rilevazione nazionale.

Entro il termine del 30 settembre è stata effettuata **una sola ispezione** in ambito sicurezza prodotti e sono stati controllati **4** prodotti offerti in vendita ai consumatori in vari esercizi commerciali della provincia di Prato. Il numero sensibilmente più basso rispetto agli obiettivi originariamente programmati è da ricondurre all'emergenza epidemiologica causata da Covid-19, che ha fortemente sconsigliato l'uscita del personale per attività ispettive. Nel corso degli ultimi anni la sezione del sito camerale riservata al tema della sicurezza prodotti è stata

oggetto di un costante aggiornamento, adeguandola alle novità normative. In tema di attività sanzionatoria, entro il termine del 30 settembre sono state adottate n. **362** ordinanze ai sensi della legge 689/81.

Infine, la Camera ha collaborato con il Comune e la Polizia Municipale di Prato per la realizzazione del convegno internazionale su “**Contraffazione e falso documentale**”, che tuttavia – causa della pandemia – è stato rinviato a successiva data.

Nell’ottica di indirizzare gli utenti verso un consumo più critico e più consapevole, anche nel 2020 sono stati arricchiti i contenuti dello **Sportello Consumatori** on line mediante l’inserimento di nuovi documenti o l’aggiornamento dei materiali già presenti nelle banche dati che caratterizzano lo sportello virtuale consultabile sul sito camerale. E’ stata curata l’edizione bimestrale della newsletter tematica, alla quale sono iscritti n. 680 utenti, ed è stato assicurato l’aggiornamento annuale di tutte le edizioni della collana “Manuali del consumatore” pubblicate sul sito camerale nei primi 9 mesi del 2019.

L’attenzione verso il consumatore è stata mantenuta attraverso i format ormai consolidati nel corso degli anni: “**Sportello condominio**” (sono state effettuate in totale n. 17 consulenze), gli strumenti informativi a tutela dei consumatori (le guide pubblicate sul sito della Camera sono quasi 2000 mentre i manuali sopra citati sono in totale 6, a cui si è aggiunta quest’anno la pubblicazione una tantum dell’opuscolo “Pillole –informative- contro il Coronavirus”), l’attività di vigilanza e i servizi di metrologia.

Nell’ambito delle attività di regolazione del mercato, occorre segnalare che il **Laboratorio di Taratura**, per il quale Accredia ha rinnovato l’accreditamento con transizione alla nuova norma 17025, è stato regolarmente in funzione fino al 30 settembre, effettuando oltre 70 tarature per conto di imprese di tutta Italia.

Accanto al laboratorio, sono svolte le funzioni di metrologia legale, tra le quali si segnala la verifica prima degli strumenti nuovi o rimessi a nuovo prima della loro messa in uso, il collaudo di posa in opera, alcune attività residuali di verifica periodica, passata in gran parte ai laboratori privati, l’assegnazione dei marchi di identificazione dei metalli preziosi e la tenuta del relativo registro, la vigilanza sulle officine di montaggio e riparazione dei tachigrafi e i controlli in contraddittorio. L’emergenza COVID ha impedito per gran parte dell’anno l’attività sul campo, mentre è stato assicurato il rinnovo di 3 centri tecnici per i tachigrafi digitali e l’iscrizione di due nuovi orafi al suddetto registro.

In particolare sono state svolte, per quanto possibile data la situazione emergenziale, alcune attività programmate nell’ambito della Convenzione per l’attuazione del piano esecutivo tra il Ministero dello sviluppo economico e l’Unioncamere per la realizzazione di iniziative in materia di controllo e vigilanza del mercato con riferimento agli strumenti di misura, stipulata ad agosto 2019 e grazie alla quale – dopo l’adeguata formazione del personale – potranno essere attivate attività di controllo di strumenti di misura nell’ambito di un piano nazionale. A fronte della partecipazione sarà riconosciuto all’ente un contributo economico. Il programma di attività, che si sarebbe dovuto concludere il 31.12.2020, è stato prorogato al 2021.

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.

Del programma 2020 sono state organizzate quattro iniziative formative: Novità e cambiamenti della nuova norma UNI EN ISO 45001:2018 (23/01/2020); Fare Branding su

Instagram: opportunità e vincoli per imprese e professionisti – 3^a ed. (25/02/2020); Fare Branding su Instagram: opportunità e vincoli per imprese e professionisti - 4^a ed. (14/05/2020); Realtà aumentata e brand experience come strumenti di marketing: quali opportunità per le imprese (30/09/2020), che hanno visto la partecipazione di 174 persone con una valutazione media pari a 8,6/10. I costi delle iniziative sono stati interamente coperti con il pagamento delle quote di iscrizione, con un saldo attivo finale di € 6500 + IVA..

La call per selezionare le tematiche più interessanti da trattare nel 2021 si chiuderà a dicembre, con la valutazione delle manifestazioni di interesse pervenute da imprese e professionisti. Il nuovo programma formativo potrà essere definito alla fine dell'anno.

Risorse Utilizzate

Budget 2020	Budget 2020 Aggiornato	Risorse Utilizzate	% utilizzo risorse
€37.600	€ 28.676	€ 24.025	84%

Piano di comunicazione

Un fattore ritenuto essenziale per il miglioramento dell'efficacia dell'azione camerale e che segna, in modo trasversale, ogni ambito di attività è la comunicazione e l'informazione all'utenza per la quale è stato adottato, quale atto di programmazione, uno specifico piano di comunicazione.

Comunicare e informare, quello che riguarda l'attività dell'ente, ma anche quello che succede sul territorio, costruendo una rete di soggetti e interlocutori diversi che possono fare da "cassa di risonanza" per le iniziative in corso.

Si è intensificato lo sforzo della Camera di Commercio di Prato per consolidare la sua presenza sui nuovi canali di comunicazione, grazie all'utilizzo dei social network e della comunicazione on line.

La Camera di Commercio di Prato è presente su tutti i principali strumenti di comunicazione social: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube. Tutti gli strumenti di comunicazione sono curati con risorse interne, che provvedono al loro aggiornamento. Il numero dei "follower" è in continua crescita, anche grazie al costante impegno nel mantenimento di questi canali.

E' stata inoltre coordinata la realizzazione di pillole informative "Obiettivo Imprese" utilizzate per animare il canale YouTube della Camera di Commercio di Prato. La realizzazione delle pillole viene eseguita da soggetti terzi. Il canale è stato, inoltre, animato con le registrazioni dei webinar formativi svolti durante l'anno.

Nonostante la Camera di Commercio non sia più provvista di un ufficio stampa, si è cercato di garantire una buona comunicazione con i media, sia generalisti, per la più ampia visibilità e divulgazione delle attività dell'Ente, che di settore, per approfondire specifiche tematiche.

E' stata fatta quotidianamente una rassegna stampa con quanto uscito non solo sulla carta stampata, ma anche sui blog e sui siti di informazione, che ormai rappresentano uno strumento di comunicazione irrinunciabile. Sono stati raccolti 247 articoli in cui si parla della Camera di Commercio di Prato.

La Camera di Commercio di Prato, grazie all'integrazione tra canali di comunicazione diversi, è riuscita a mantenere una certa visibilità sulla stampa e a garantirsi una buona presenza di utenti alle iniziative organizzate. Le iniziative si rivolgono a destinatari sempre diversi e quindi si sta iniziando uno sforzo per la targetizzazione del pubblico (anche tramite

strumenti di CRM), per essere certi di riuscire a coinvolgere il territorio in iniziative sempre più mirate ed evitare di fare una comunicazione “a tappeto”.

Sono state realizzate 19 campagne comunicative, comprensive di 54 azioni divulgative, basate sulla calendarizzazione delle iniziative e l’individuazione dei destinatari delle informazioni.

Sono state realizzate 19 newsletter periodiche “Obiettivo Impresa” per gli utenti iscritti; dopo il popolamento del database del servizio CRM, la piattaforma è stata utilizzata per l’invio della newsletter camerale.

Per le iniziative che sono state organizzate dall’ente, la grafica e gli inviti sono stati quasi sempre sviluppati internamente, perfezionando le competenze delle risorse interne; analogamente, sono gestiti internamente i siti e i relativi social di alcuni progetti dell’ente: in particolare il sito del cardato e il sito di FashionValley-Industry (attivo fino a agosto), con i relativi account social.

Con risorse esclusivamente interne, è stata garantita la collaborazione e l’assistenza ai soggetti terzi che hanno scelto la sede camerale per le loro iniziative, al fine di garantire il miglior servizio alle imprese e alle associazioni che occupano gli spazi per le loro iniziative, ma anche per cercare di fare rete.

Sempre internamente sono state organizzate una serie di iniziative di animazione che hanno permesso di coinvolgere il pubblico con i numeri importanti già presentati sopra nel paragrafo “la sede camerale: uno spazio aperto”.

Tra giugno e luglio 2020 è stata realizzata la *customer satisfaction* on line e allo sportello sui servizi dell’ente. L’indagine si è svolta in un contesto completamente diverso rispetto agli anni precedenti, a causa della pandemia Covid-19 che ha inciso significativamente sulla vita delle imprese e dell’ente camerale. La crisi legata all’emergenza sanitaria ha portato un ridotto numero di risposte rispetto allo scorso anno, soprattutto ha praticamente azzerato i questionari raccolti allo sportello date le restrizioni all’accesso fisico imposte dai dpcm. I risultati di quest’anno quindi non sono perfettamente confrontabili con quelli degli anni precedenti ma sono comunque straordinari. Su 5.219 utenti invitati a partecipare, hanno risposto 445 utenti, di cui il 96% on line. Il voto complessivo assegnato ai servizi della Camera è di 7,90 migliorando il già buon risultato degli ultimi tre anni; da sottolineare come la cortesia del personale continui ad essere tra gli aspetti più apprezzati dai nostri clienti.

I risultati della customer sono pubblicati sul sito camerale <http://www.po.camcom.it/news/comunica/2020/20200914-customer-satisfaction-risultati.php>

E’ stata inoltre svolta l’indagine di clima interno che ha fornito informazioni e spunti interessanti per il management camerale per il miglioramento dell’organizzazione.

Risorse Utilizzate

Budget 2020	Budget 2020 Aggiornato	Risorse Utilizzate	% utilizzo risorse
€ 9.700	€ 9.700	€ 8.712	90%

Attività istituzionali e amministrative

Pur rientrando nella macro area d'intervento "Sistema camerale e Produttività", si dà conto dei risultati raggiunti per le linee strategiche di seguito riportate in modo autonomo, essendo tutte attività svolte con risorse interne (personale e spese di funzionamento).

Linee strategiche	Obiettivi	Azioni
Una P.A. per le imprese	Semplificazione amministrativa	Valorizzazione del Registro Imprese, semplificazione amministrativa, digitalizzazione imprese Qualità dei dati del Registro delle Imprese Prosecuzione servizio AQI Cooperazione con gli altri Enti Pubblici del territorio Servizi all'utenza con impiego di strumenti telematici - Fatturazione Elettronica, Stampa in Azienda
Gestione strategica, qualità, innovazione organizzativa	Promuovere la cultura della trasparenza Potenziare gli strumenti di misurazione delle performance	Pianificazione programmazione strategica Gestione delle risorse economiche finanziarie e patrimoniali Politiche di gestione risorse umane Qualità, innovazione e riduzione dei costi dei servizi Prevenzione della corruzione, trasparenza e accessibilità

Una P.A. per le imprese

Il punto di riferimento per le imprese è costituito dal Registro delle Imprese e dal Repertorio Economico Amministrativo ed in tale ambito, la Camera di Commercio ha cercato di mettere in atto numerosi strumenti per la semplificazione amministrativa, anche in collaborazione con le altre amministrazioni coinvolte nei procedimenti amministrativi. Si tratta di un registro informatico, al quale è possibile accedere in consultazione da remoto, anche con nuovi strumenti quali il Cassetto digitale dell'Imprenditore. Per effetto delle misure di contenimento della pandemia, l'utilizzo del Cassetto digitale è stato ulteriormente promosso e il suo utilizzo ha visto un notevole incremento con circa 2.000 nuove adesioni.

Pur cercando di non gravare le imprese di ulteriori oneri in questo difficile momento, l'Ufficio del Registro delle Imprese ha proseguito le consuete attività di pulizia del Registro delle imprese e di miglioramento della qualità dei dati. Ha quindi operato per l'allineamento dei dati a quelli dell'Agenzia delle Entrate, ha avviato i procedimenti per le cancellazioni d'ufficio delle imprese non più operative e ha informato le imprese circa l'obbligo di dotarsi di un domicilio digitale, secondo le previsioni del decreto "semplificazioni" varato quest'estate. Questo provvedimento ha anche attribuito al Conservatore il compito di disporre le cancellazioni e le iscrizioni d'ufficio, al posto del Giudice del Registro, a cui resta la vigilanza sul Registro e la decisione sui ricorsi.

E' proseguita la campagna per il recupero dei bilanci di cui è stato omesso il deposito (annualità 2018), che ha comportato la verifica su 1.556 imprese, e, all'interno di queste, l'invio di 813 lettere per sollecitare il deposito. Hanno provveduto 206 imprese, mentre per le altre l'Ufficio ha trasmesso l'elenco alla Guardia di finanza per gli opportuni accertamenti.

Inoltre sono proseguite le attività di **cancellazione d'ufficio** di imprese non più operative o irreperibili, anche grazie alle continue segnalazioni che giungono da parte di Comuni, Agenzia

delle Entrate, Inps e altre amministrazioni. L'Ufficio del Registro effettua annualmente anche la cancellazione delle società di capitali in liquidazione che, a norma dell'art. 2490 cc, abbiano omissis per tre anni consecutivi, di depositare il bilancio di esercizio.

Le pratiche gestite dal Registro Imprese nel 2020 si mantengono in numero significativo anche se hanno risentito del periodo di sospensione delle attività (31.367 pratiche).

Per quanto riguarda invece il rilascio di **certificati e visure** si conferma il trend di diminuzione, da imputare in parte all'impiego dell'autocertificazione ed in parte all'utilizzo di collegamenti remoti per l'estrazione degli output (2.604 operazioni di rilascio di visure e certificati e 125 rilascio copie atti). Risulta invece significativo il numero delle operazioni effettuate tramite il **cassetto digitale**, pari a 10.629 documenti richiesti, circa il doppio del 2019. Il cassetto digitale si sta rivelando un canale sempre più conosciuto e diffuso tra le imprese.

Resta costante il volume di attività relativo alla vidimazione di libri e registri (con particolare riferimenti ai libri e registri previsti dalla normativa ambientale), anche se qualche impresa ha già sottoscritto l'adesione al servizio relativo ai libri digitali.

Il front office dell'area anagrafica rilascia anche le certificazioni e delle altre attestazioni a valere per l'estero, con l'obiettivo di garantire un servizio di elevato standard quali/quantitativo alle imprese operanti con l'estero.

I **certificati di origine** rilasciati allo sportello nell'anno hanno risentito della sospensione delle attività e dell'impatto dell'emergenza sanitaria. Il servizio "Stampa in azienda" ha avuto una maggiore diffusione per evitare alle imprese di venire presso gli sportelli camerali: sono stati rilasciati 575 certificati e sono aumentate le imprese aderenti.

Particolarmente apprezzabile anche il volume di attività relativo al rilascio dei **dispositivi di firma digitale** (CNS e Token) che è proseguito anche durante il periodo di emergenza sanitaria, sebbene solo su appuntamento. Nei primi nove mesi dell'anno sono state rilasciati in totale 3.826 dispositivi, fra cui anche i nuovi token DNA wireless.

Purtroppo, la necessità di limitare l'accesso del pubblico nei locali dell'ente e di garantire adeguate misure di sicurezza, ha reso necessario sospendere il servizio di assistenza per il rilascio dello SPID (solo 28) e il servizio di AQI di assistenza qualificata alle imprese per la costituzione delle start up innovative con firma autenticata dal Conservatore. In alternativa gli utenti possono comunque costituire le start up con il modello standard, senza necessità di ricorrere al notaio, utilizzano la procedura prevista dal DM 17.02.2016.

L'apprezzamento per i servizi resi all'utenza, anche in un anno così difficile come questo, è attestato dalle valutazioni registrate nell'indagine di customer satisfaction svolta all'indomani del termine del lockdown (giugno / luglio), che è possibile leggere sul sito istituzionale della Camera.

Sono inoltre attivi i collegamenti con le anagrafi di tutti i comuni della Provincia (con possibilità di verificare all'occorrenza i dati dichiarati con particolare riferimento alle residenze per i casi di irreperibilità e per le notifiche dei procedimenti amministrativi), con l'Agenzia delle Entrate e il collegamento con la Banca Dati Nazionale Antimafia al fine di verificare il possesso dei requisiti morali previsti per talune attività ed iscrizioni.

Allegata alla presente relazione è inoltre la scheda con la valorizzazione a consuntivo degli indicatori definiti nel Piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio (PIRA).

Gestione strategica,
qualità,
innovazione
organizzativa

Il tema del miglioramento dell'efficienza e dell'organizzazione camerale permea, in modo trasversale, ogni ambito di attività e assume un significato particolare oggi, quando le camere di commercio stanno affrontando il tema della propria riforma.

Preme qui accennare a quanto svolto sui temi dell'innovazione organizzativa legati all'implementazione del ciclo della performance, del sistema di attuazione della trasparenza e della prevenzione della corruzione, implementato tenendo conto rispettivamente delle linee guida del Garante per la Protezione dei dati personali e quelle predisposte da ANAC.

La Camera di Prato ha predisposto il **piano della performance** per l'anno 2020 in modo coerente con la programmazione pluriennale e annuale dettata dal Consiglio camerale, e ha adottato il **piano triennale di prevenzione della corruzione e della trasparenza 2020-2022**, un atto fondamentale nella programmazione dell'ente, a cui è stata data poi piena attuazione.

Allegata alla presente relazione è inoltre la scheda con la valorizzazione a consuntivo degli indicatori definiti nel Piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio (PIRA) in relazione al sistema di prevenzione della corruzione.

Il Sistema di Misurazione e Valutazione, con il parere favorevole dell'OIV, è stato confermato nei termini già definiti con l'aggiornamento del 2019, in quanto ritenuto già conforme alla normativa vigente e tenuto conto che dovrà essere poi armonizzato con quello in uso presso la Camera di Pistoia.

Tutte le attività di monitoraggio, sia sul ciclo della performance che sulla trasparenza, sono state svolte dall'Organismo Indipendente di Valutazione, con esito positivo.

La **Carta dei Servizi**, con la quale sono stati formalizzati gli standard qualitativi minimi sotto i quali l'ente si è impegnato a non scendere, non ha subito variazioni nonostante le crescenti difficoltà organizzative e di tenuta dei servizi a causa della crescente carenza di personale. Una revisione della Carta dei Servizi sarà necessaria alla luce delle modifiche organizzative che dovranno essere adottate per l'erogazione dei servizi camerali nell'era post-Covid.

Privacy

A seguito dell'entrata in vigore del **Regolamento Generale sulla protezione dei dati (GDPR)**, la Camera di Commercio di Prato ha proseguito nell'attività di implementazione del **sistema di gestione della privacy**. Grazie anche alla partecipazione dell'Ente tramite il proprio RPD, al gruppo di lavoro dei DPO camerali insediato presso Unioncamere, la Camera di Commercio di Prato ha assicurato la *compliance* al GDPR. Oltre alla manutenzione del Registro dei trattamenti, alla verifica delle informative e al vaglio degli incarichi a soggetti esterni che implicano il trattamento dei dati personali, è stata condotta un'analisi dei rischi utilizzando la metodologia di ENISA (Agenzia Europea per la Cibersicurezza), su tutti i trattamenti presenti nel Registro. A breve l'analisi sarà completata con l'indicazione dell'efficacia delle misure tecniche e organizzative adottate.

E' stata realizzata in economia, grazie alle professionalità presenti nell'ente, anche la formazione per tutto il personale della Camera di Commercio, con un webinar registrato che il personale ha potuto seguire anche se in smart working, seguito dalla somministrazione di un test di verifica di apprendimento.

Il processo di accorpamento

Il tema che fa da sfondo a tutta l'attività per questi nove mesi del 2020, come si intuisce dalla lettura delle pagine che precedono, è stato il percorso di accorpamento con la Camera di Pistoia, con quanto ne consegue in termini di adempimenti amministrativi, di riassetto organizzativo della struttura, di riassetto delle modalità di erogazione dei servizi all'utenza.

Nel corso dell'anno si sono susseguiti con intensità i lavori del tavolo di coordinamento dei due segretari generali, le riunioni con Infocamere per gli aspetti tecnici e tecnologici legati all'erogazione dei servizi, gli incontri con Unioncamere per gli aspetti legati alla gestione del personale, le attività dei gruppi di lavoro intercamerali, costituiti tra il 2018 e il 2019, i momenti di confronto con i rappresentanti dei lavoratori.

Questo costante e assiduo lavoro di preparazione e di reciproca conoscenza, di condivisione e di armonizzazione, ha infine prodotto degli output concreti che siano essi revisioni di procedure interne o redazione di atti di organizzazione. E' stato un lavoro in costante divenire che, nonostante l'incertezza sull'evoluzione del percorso anche a causa dell'emergenza sanitaria che ha di fatto congelato per alcuni mesi il processo di accorpamento, non si è mai interrotto. Le attività hanno coinvolto, con diversa intensità e grado di partecipazione, tutte i Settori e quasi tutti gli uffici e un numero significativo di dipendenti.

Allegata alla presente relazione è inoltre la scheda con la valorizzazione a consuntivo degli indicatori definiti nel Piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio (PIRA).

La gestione dell'emergenza

I risultati di gestione devono essere letti nel contesto fortemente condizionato dall'emergenza epidemologica; se da un lato è stato scelto di non intervenire sulla programmazione e sugli obiettivi, perché fosse anche misurato l'impatto dell'emergenza sulla gestione e sulle attività camerali, dall'altro non dobbiamo dimenticare che la gestione della crisi causata dalla pandemia ha richiesto uno sforzo non ordinario al Segretario Generale e alla struttura camerale tutta, del quale si riassumono di seguito gli aspetti più salienti:

- un'organizzazione specifica di gestione delle crisi, con l'individuazione di un gruppo di persone a supporto del Segretario Generale per la definizione del contesto, per assumere le decisioni chiave, nonché pianificare, coordinare, gestire e implementare la risposta dell'azienda durante la crisi con il supporto di un team tecnico informatico;

- non disponendo di un "piano di emergenza", ci si è trovati nella necessità di condurre una valutazione rapida dei rischi di impatto sulla operatività dell'organizzazione, valutazione che ha riguardato la sicurezza del personale, la gestione dei contratti di lavoro e degli accordi di smart working, la gestione dei processi e dei procedimenti, la comunicazione interna ed esterna, le modalità di accesso ai servizi, la gestione del budget, ma anche la sicurezza dei dati e l'impatto sulla tutela dei dati personali.

- assumere decisioni con tempestività, chiarezza e determinazione, partendo da informazioni incomplete mutevoli e spesso contraddittorie, tenendo fermi due punti fondamentali: la sicurezza dei lavoratori e la continuità dei servizi.

- l'introduzione di nuove e diverse modalità della prestazione lavorativa che consentissero di coniugare l'esigenza di tutelare la salute dei dipendenti con quella di garantire la continuità aziendale, equilibrio che è stato trovato grazie all'introduzione del lavoro agile, di progetti di formazione a distanza, di flessibilità, rotazione ecc. Oltre all'adeguamento delle pratiche lavorative, particolare attenzione è stata posta verso la prevenzione e il mantenimento delle condizioni di benessere nel luogo di lavoro, come poi riscontrato dagli esiti dell'indagine svolta a settembre.

- una comunicazione "straordinaria" per diffondere le informazioni internamente ed esternamente durante la fase acuta della crisi e nelle fasi successive. La comunicazione di crisi è stata implementata in emergenza e ha rappresentato un fattore critico; l'impegno è stato quindi rivolto a: o comunicare con i dipendenti, i fornitori, le RSU e le organizzazioni sindacali con frequenza e tempestività: fornire informazioni chiare e tempestive, non nascondere criticità e spiegare le misure adottate - sia per i lavoratori in *smart working* che per i lavoratori in sede - per garantire la sicurezza sul luogo di lavoro; o comunicare con gli utenti, le imprese, i professionisti in modo chiaro e tempestivo le modalità di accesso ai servizi camerali, che sono stati erogati senza interruzione durante l'emergenza on line o in presenza; la

capacità di rimanere in contatto con le imprese e i professionisti nel periodo dell'emergenza, è stata un elemento fondamentale in un periodo caratterizzato dal distanziamento sociale.

- una costante attenzione alla sicurezza dei dati e delle informazioni e alla tutela della privacy dei lavoratori, con il supporto di un team di professionalità tecniche competente.

- un monitoraggio dell'impatto dell'emergenza sul budget dell'Ente e sulla gestione finanziaria, per attivare rapidamente interventi correttivi e misure di contenimento, avviare una riflessione sul piano degli investimenti e attivare tempestivamente interventi a favore delle imprese sostenibili per le disponibilità dell'ente nel medio periodo. Infatti, per quanto la Camera non abbia nel breve periodo problemi di liquidità, l'impatto negativo della crisi sulla redditività dell'impresa ha e avrà nel medio periodo pesanti ripercussioni anche sulla tenuta del bilancio camerale.

La mancanza di un "piano per la gestione delle emergenze" da attivare in tempi rapidi in caso di necessità è stato sicuramente un elemento di debolezza. L'esperienza dei primi mesi ha consentito di strutturare delle procedure che hanno agevolato la gestione della fase 2 e il ritorno alla normalità, e stanno agevolando la gestione della seconda ondata.

E' stato fondamentale cogliere "l'opportunità" della crisi per veicolare una immagine positiva dell'Ente presso le altre istituzioni e presso l'utenza, che ha mostrato di apprezzare lo sforzo come dimostrano i risultati della customer.

Gestire una situazione complessa e in rapida evoluzione come l'emergenza legata alla diffusione del COVID-19 è stato estremamente impegnativo. La frenesia e la successione incontrollata di norme, ordinanze e provvedimenti vari ha generato un quadro di riferimento incerto e instabile che non ha sicuramente agevolato il lavoro.

L'emergenza sanitaria ha impattato in modo non omogeneo sull'organizzazione che si è idealmente "sdoppiata": da una parte i servizi erogati on line per i quali la modalità del lavoro agile è stata una valida soluzione organizzativa; e dall'altra i servizi essenziali erogati in presenza per i quali è stato necessario individuare e adottare, sin dall'inizio dell'emergenza, idonee misure di sicurezza per dipendenti e utenti.

E' stato naturalmente tenuto conto dell'impatto delle decisioni assunte in emergenza nel medio periodo, sia sull'organizzazione del lavoro che sull'erogazione dei servizi; una visione di medio periodo che riguarda soprattutto l'aspetto economico finanziario considerato l'impatto negativo a effetto ritardato dell'emergenza anche sul bilancio camerale. Per concludere, la gestione della crisi ha reso evidente l'importanza dell'ascolto e del coinvolgimento di tutti gli attori nel processo decisionale per arrivare all'assunzione di decisioni stabili e efficaci, pur in un contesto mutevole e incerto. E ha reso evidente i punti di forza e di debolezza dell'organizzazione e delle persone che, nella fase pre-crisi, non erano del tutto emersi.

Il quadro delle risorse

Il Consiglio si è trovato a delineare il programma strategico in un contesto economico e sociale molto complesso e con disposizioni normative che hanno imposto un'ottimizzazione della struttura amministrativa burocratica, in un'ottica di razionalizzazione e di riduzione della spesa pubblica.

La riflessione, nell'attuazione del programma di mandato, si è sviluppata intorno a due assunti:

- l'inarrestabile riduzione delle risorse finanziarie e umane ha imposto una costante attenzione al miglioramento dei margini di efficienza e alla razionalizzazione delle risorse;
- l'evoluzione del sistema camerale spinge verso una razionalizzazione delle partecipate ma anche verso una riorganizzazione e una revisione degli assetti delle camere, con lo sviluppo di funzioni associate, delle quali abbiamo già riferito nei paragrafi precedenti.

Partendo da queste considerazioni, è stata data attuazione all'indirizzo espresso dal Consiglio nel programma pluriennale di procedere ad azioni che consentissero il miglioramento dell'organizzazione della camera e quindi dei margini di efficienza e di efficacia della sua azione. Un fattore ritenuto essenziale per il miglioramento dell'efficacia dell'azione camerale e che segna, in modo trasversale, ogni ambito di attività è la comunicazione e l'informazione all'utenza per la quale è stato adottato, quale atto programmatico, uno specifico piano di comunicazione, di cui si è già dato conto nelle pagine che precedenti.

Le risorse finanziarie

Le risorse finanziarie a disposizione della Camera sono in costante contrazione, principalmente per effetti del taglio del diritto annuale:

- le risorse provenienti dal sistema imprenditoriale sotto forma di diritto annuale, principale componente delle entrate camerali, hanno subito il taglio del 50% così come previsto dal D.L. 90/2014. Per il triennio 2020-2022 è stata deliberata la maggiorazione del diritto annuale, a norma dell'art. 18 L.580/93 novellata dal D.Lgs. 219/2016, destinando le maggiori risorse così acquisite al finanziamento di due progetti approvati dal MISE, di cui si è diffusamente trattato nei paragrafi precedenti.

Sono ulteriormente aumentati gli sforzi per migliorare la riscossione del tributo corrente, pur nella difficoltà della grave crisi economica causata dalla pandemia, consentendo così di arginare il temuto crollo delle percentuali di riscossione.

- i diritti di segreteria, nonostante la crisi, hanno registrato una sostanziale conferma a dimostrazione del fatto che le attività e i servizi istituzionali sono proseguiti senza soluzione di continuità;
- i proventi derivanti da contributi nell'ambito della realizzazione di progetti, rimborsi e gestione di servizi di natura commerciale hanno sostanzialmente risentito della crisi (si leggano sopra i dati sull'auditorium ad esempio); stabili i contributi derivanti dalle progettualità del fondo perequativo per le annualità 2017-2018;
- i proventi finanziari sono aumentati esclusivamente grazie ai proventi finanziari derivanti dalla distribuzione della SGR Orizzonte, mentre invece Toscana Aeroporti spa non ha distribuito dividendi accantonando a riserva gli utili 2019 quale misura cautelare a fronte dell'impatto negativo della pandemia sul sistema aeroportuale, mentre la redditività delle giacenze liquide – ora in Tesoreria Unica – è praticamente nulla.

Sul fronte degli impieghi, la spesa del personale e le spese di funzionamento (spese per prestazione servizi e spese per godimento beni di terzi), strettamente legate al funzionamento della "macchina", segnano una contrazione.

Tuttavia gli sforzi compiuti per il contenimento reale della spesa, sono in parte vanificati dall'impatto della fiscalità a carico dell'ente, ossia i versamenti allo Stato dei risparmi derivanti dalla *spending review* e

l'imposizione tributaria sul patrimonio (IMU, Tares e IRES): come evidenziato dal grafico seguente gli oneri diversi di gestione sono la voce del bilancio che assorbe la parte più significativa delle risorse dell'ente e purtroppo non accenna a diminuire.

Composizione spese di funzionamento



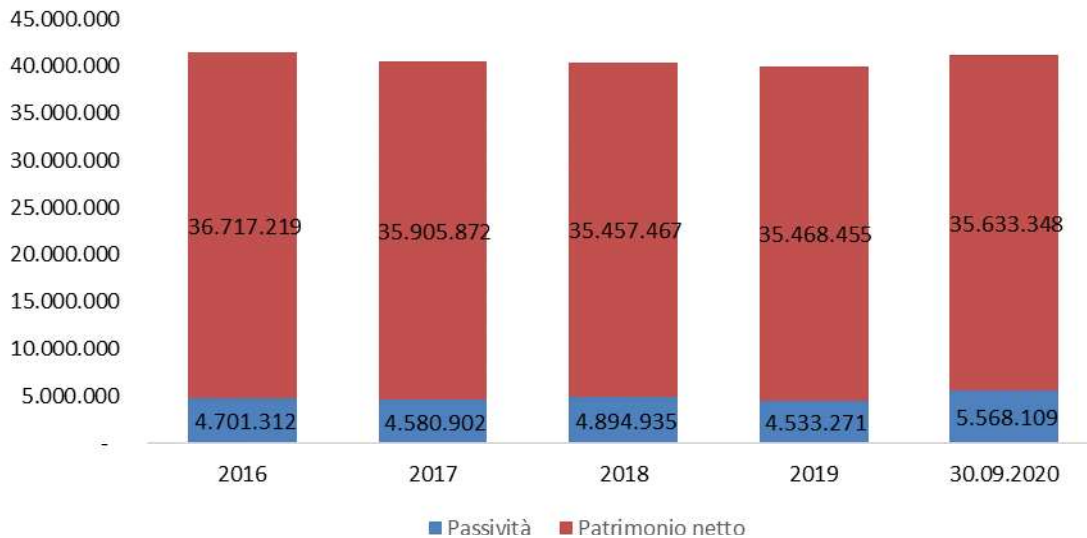
Il risultato di esercizio di questo bilancio infrannuale registra un risultato positivo di oltre 150 mila euro, decisamente migliore di quello atteso grazie alla formidabile distribuzione della SGR HAT Orizzonte.

Allegata alla presente relazione è inoltre la scheda con la valorizzazione a consuntivo degli indicatori relativi alla salute finanziaria e patrimoniale dell'Ente definiti nel Piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio (PIRA).

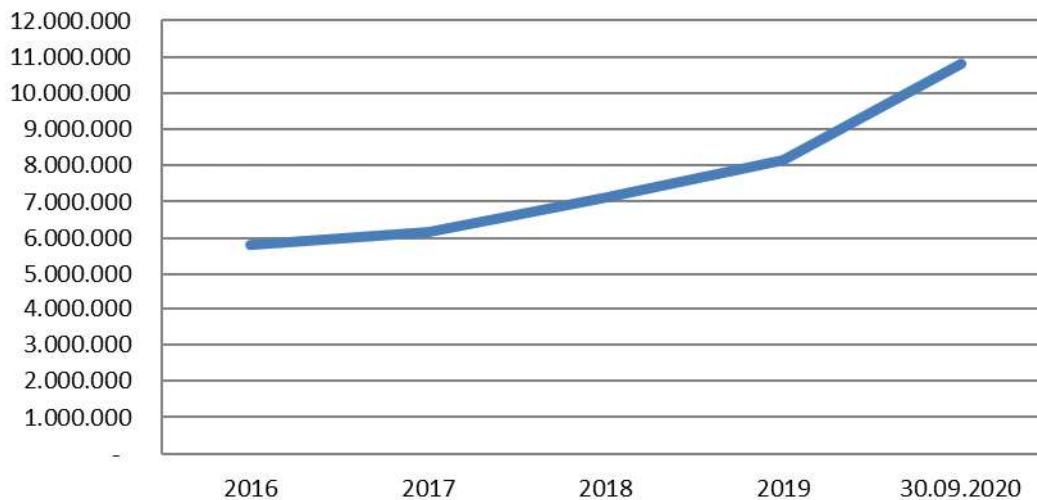
Il patrimonio immobiliare e mobiliare

Da un rapido esame sugli aspetti patrimoniali emerge una situazione di considerevole solidità dell'Ente, attestata dalla consistenza sia del patrimonio netto che, al 30.09.2020 ammonta a € 35.633.348 a fronte di passività di € 5.568.109, sia della liquidità che, alla stessa data, è pari a € 10.799.605.

Rapporto Patrimonio Netto / Passività



Andamento temporale disponibilità liquide



Assume particolare rilevanza la valutazione strategica degli asset patrimoniali dell'ente, perché se da un lato la nuova sede camerale e l'ex vivaio forestale di Villanova hanno una finalizzazione chiara e definita, dall'altro occorrerà adottare adeguate iniziative per la valorizzazione del terreno di viale Montegrappa e del complesso immobiliare di via Nicastro (ex area magazzini generali) sui quali sono intervenute importanti novità nell'anno in esame. Si ricorda inoltre, che nell'ottica di razionalizzare il patrimonio e di riduzione della spesa corrente, la Camera ha ottimizzato l'uso degli spazi della sede camerale e ha dismesso ogni altro locale in affitto.

E' evidente che le modalità di impiego di tali beni potranno avere conseguenze importanti sulla gestione economico-patrimoniale dell'ente; al momento la loro gestione (manutenzione, sicurezza ecc.) incide sul conto economico dell'ente senza alcuna redditività.

Fatto di particolare rilievo per la gestione del patrimonio immobiliare dell'ente, è stato l'adozione del nuovo Piano Operativo del comune di Prato (delibera di Consiglio comunale n. 71 del 17.09.2018). Il Piano è stato definitivamente approvato nel mese di marzo 2019 (delibera di Consiglio comunale n. 17 del 14.03.2019) e successivamente integrato nel mese di aprile 2019 (delibera di Consiglio comunale n. 50 del 09.04.2019). Il procedimento di pianificazione del Piano Operativo si è infine concluso con la Delibera di Consiglio comunale n. 71 del 26.09.2019 a seguito agli esiti della Conferenza paesaggistica.

La **sede camerale** è individuata tra i "complessi di archeologia industriale" di Valore Alto, ossia edificio al quale è riconosciuto "una grande rilevanza architettonica legata soprattutto all'intervento di riqualificazione del complesso che gli ha restituito una nuova funzione ed un nuovo aspetto attraverso il linguaggio contemporaneo".

I **magazzini generali** sono ora classificati come Tessuti Produttivi, "edifici isolati su lotto o adiacenti ad altri edifici / tessuti, non relazionati a questi per funzione e tipologia", e rientrano nelle "Urbanizzazioni contemporanee monofunzionali i macro-tessuti di formazione recente la cui destinazione risulta essere specifica industriale-artigianale/direzionale /commerciale/ ricettivo e composto da un edificato complesso anche pianificato".

Infine, la nuova norma urbanistica consente nuova edificazione sul **terreno di viale Montegrappa**, con funzioni miste (residenziale, commerciale e direzionale), a fronte della quale prevede la cessione delle aree per il completamento del parco a nord e la realizzazione di un parcheggio pubblico su viale Montegrappa.

Il piano triennale di investimento 2020-2022, approvato dalla Giunta a dicembre, prevede la dismissione del terreno di Viale Montegrappa e del compendio dei Magazzini Generali, previa definizione dei rapporti con Ferrovie dello Stato. E' stato affidato a un tecnico esterno l'incarico per la redazione della perizia di stima, processo valutativo che ha subito un imprevisto stop per l'insorgere dell'emergenza sanitaria e la necessità di valutare l'impatto di questa sul mercato immobiliare.

Particolarmente significativo è anche il **patrimonio mobiliare**. Sin dalla sua costituzione, la Camera di Prato ha ritenuto che il sostegno all'economia provinciale e allo sviluppo del territorio potesse essere espresso attraverso la partecipazione in società considerate strategiche.

Gli obiettivi politici che il Consiglio aveva posto in merito alla gestione delle partecipazioni, sono stati perseguiti attraverso le seguenti attività:

- a) consolidamento delle infrastrutture a servizio delle imprese, dall'aeroporto di Firenze all'Interporto e Firenze Fiera;
- b) revisione ordinaria delle partecipazioni ex art. 20 del D. Lgs. 175/2016 e verifica dello stato di attuazione della revisione dello scorso anno.
- b) mantenimento dell'impegno nella Fondazione Museo del Tessuto, di cui la Camera è socio fondatore, alla luce delle sue innegabili potenzialità per la valorizzazione dell'immagine di Prato nel mondo e potenzialità in termini di attrattività turistica, con significative ricadute sul piano economico. E' stato mantenuto anche l'impegno nel Centro di Firenze per la Moda Italiana.

Le società e gli organismi partecipati sono inoltre stati sensibilizzati nell'applicazione della normativa in materia di prevenzione della corruzione e della trasparenza (Linee guida ANAC 1134/2017), come previsto nel PTPCT 2020-2022 della Camera di Commercio di Prato.

Le risorse umane

La Camera di Prato ha saputo mantenere, con innegabili difficoltà e tensioni, buone qualità professionale e livelli di efficienza, circostanza rilevante e determinante anche per il raggiungimento degli obiettivi istituzionali e strategici, malgrado la forte contrazione del personale in servizio.

Sul versante organizzativo – funzionale, la complessità organizzativa e istituzionale della Camera di Commercio – nelle sue varie determinanti normative, organizzative, tecnologiche, economico-finanziarie – e il contesto fortemente innovativo e dinamico nel quale svolge la sua attività, richiedono all'ente una costante capacità di adeguare la propria struttura affinché le strategie di intervento possano essere sempre coerenti con le attese del sistema imprenditoriale locale.

L'ultima revisione della struttura organizzativa, decisa dalla Giunta camerale con proprio atto n. 103/14 a valere dal 2015, ha confermato le tre aree dirigenziali.

Il processo di riorganizzazione è proseguito nel tempo con interventi sulla media e micro struttura; i risultati – in termini di qualità di erogazione dei servizi – sono tutto sommato soddisfacenti, come dimostrato dai risultati dell'indagine di soddisfazione degli utenti realizzata nel corso dell'anno. Un intervento più significativo di riorganizzazione, per quanto necessario, non è stato attuato stante – quello che pareva – l'imminente conclusione del processo di accorpamento, previsto prima per l'autunno del 2018 e poi per la primavera 2019 e infine definito come sappiamo il 30 settembre 2020. Occorrerà valutare tuttavia, alla luce dell'evolversi della complessa vicenda della riforma camerale, se e quali misure organizzative adottare per riassetto la struttura.

Al vertice della struttura vi è il Segretario Generale al quale sono affiancati, in posizione di staff, tre uffici (controllo di gestione, segreteria generale e relazioni esterne e URP); dal 2018 svolge le funzioni Conservatore e, ad interim, gli incarichi di dirigente del settore Anagrafico e Regolazione del Mercato e del settore Amministrazione Bilancio e Patrimonio. E' evidente la necessità di una riorganizzazione della macro e della meta struttura, necessità che è stato ritenuto nel corso del 2018, così come pure nel 2019 e per tutti i primi mesi del 2020, non affrontare considerando prossimo l'accorpamento con la Camera di Pistoia, fatto che di per sé renderà necessario un profondo intervento organizzativo. L'attuazione della riforma e del processo di accorpamento renderanno necessari interventi di riorganizzazione interna anche radicali, di reingegnerizzazione dei processi e di riqualificazione del personale con percorsi di formazione e aggiornamento.

La contrazione del personale in servizio e l'impossibilità di ricorrere a contratti di lavoro flessibile per sopperire a assenze di durata e/o a picchi di lavoro, ha reso necessario un monitoraggio costante delle attività e l'assunzione di misure gestionali improntate alla flessibilità e alla collaborazione anche intersettoriale, interventi ulteriori sui processi e sull'organizzazione dei servizi, al fine di garantire il mantenimento degli standard di qualità dei servizi obbligatori erogati all'utenza.

E' stata prestata la massima attenzione possibile, considerate le risorse disponibili attuali e future e gli scarsi margini di operatività lasciati dal legislatore, a un'attiva politica di sviluppo delle risorse umane, determinanti per il successo delle azioni intraprese per il conseguimento degli obiettivi politici posti.

Nelle more di un accorpamento che sembrava imminente e dell'adozione del citato decreto 7.3.2019, stante il tenore dell'art. 7 del citato DM 16.2.2018 (e prima del DM 8.8.2017), è stato ritenuto di non adottare alcun intervento di modifica della macro struttura. Al contempo la dirigenza ha assunto molteplici atti di micro organizzazione e riassetto dei processi lavorativi al fine di sopperire alla sempre più gravosa carenza di personale causata dalla Riforma camerale.

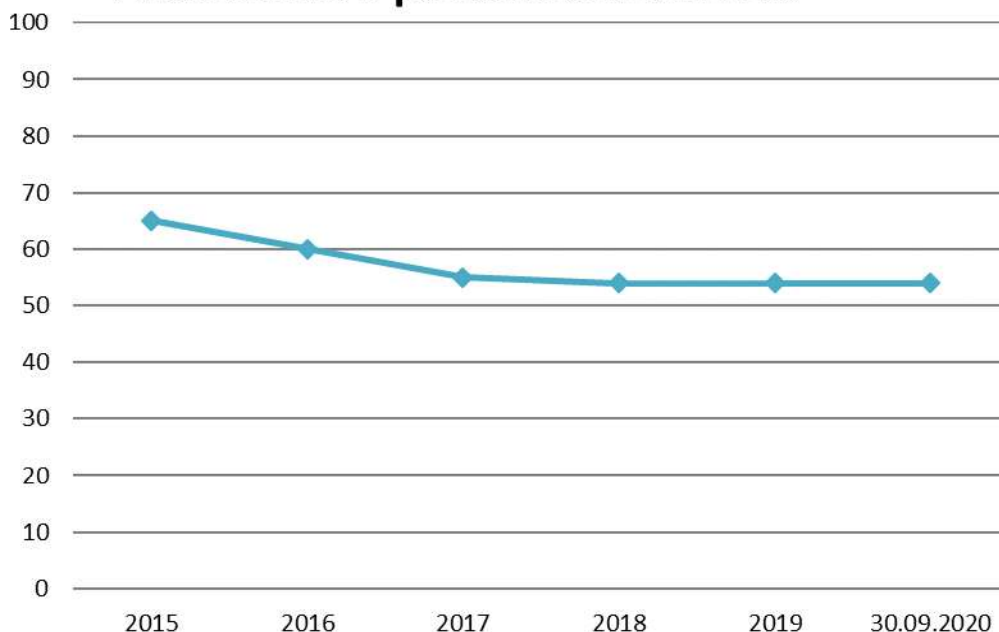
Il Decreto 16 febbraio 2018 ha tra l'altro approvato (senza differenza alcuna tra il primo e il secondo) le nuove dotazioni organiche delle Camere di Commercio preesistenti i processi di accorpamento, così come risultano determinate nell'allegato D al decreto.

Per quanto riguarda la Camera di Prato il Ministero ha stabilito una dotazione organica di n. 57 unità, 55 unità di comparto e 2 posizioni dirigenziali compreso il Segretario Generale, sulla base della proposta di

Unioncamere nazionale di razionalizzazione che sostanzialmente ha fotografato a una certa data il personale in servizio, senza alcuna reale analisi del fabbisogno per l'erogazione dei servizi.

Dal 2015 a oggi il personale è diminuito: al 30 settembre 2020 il personale di comparto in servizio presso la Camera di Commercio è di n. 52 unità (20 uomini e 32 donne), tutti con contratto di lavoro a tempo indeterminato. I dirigenti di ruolo in servizio sono due, compreso il Segretario Generale. E' prevista una cessazione a far data dal 31.12.2020.

Andamento il personale in servizio



Si riporta di seguito il prospetto che confronta la dotazione organica approvata dal Ministero, compreso il Segretario Generale, e il personale in servizio con contratti di lavoro a tempo indeterminato al 30.09.2020:

	Dotazione organica DM 16.2.2018	Personale in servizio al 30.09.2020	Posti vacanti
DIRIGENTI (compreso il SG)	2	2	0
Categoria D3	3	3	0
Categoria D1	14	13	1
Categoria C	27	25	2
Categoria B3	8	8	0
Categoria B1	1	1	0
Categoria A	2	2	0
Totali	57	54	3

Diventa ancora più strategico ogni sforzo organizzativo volto a contenere l'impatto della drastica riduzione delle risorse, al fine di mantenere gli standard dei servizi e implementare le attività e i servizi

innovativi come viene chiesto dalla riforma del sistema camerale. L'investimento sulla crescita delle professionalità interne è essenziale e deve essere preservato e, ove possibile, aumentato, perché soltanto con lo sviluppo e il potenziamento delle risorse interne sarà possibile rispondere in modo adeguato alle esigenze delle imprese e all'imperativo di rinnovamento dettato dal Legislatore.

Sono state quindi organizzate attività formative per la valorizzazione e la qualificazione del personale, anche in sinergia con il sistema camerale e soggetti pubblici come FormezPA e INPS, al fine di massimizzare le risorse sempre più ridotte a disposizione; al contempo – grazie alle figure professionali presenti nell'ente – sono stati sviluppati ulteriormente gli strumenti informatici per aumentare l'efficienza e la razionalizzazione delle attività degli uffici.

Il Piano formativo ha tenuto conto, in particolare, delle primarie esigenze di consolidamento delle competenze professionali e di apprendimento delle nuove normative. Il programma di formazione ha tenuto conto anche della proposta del Comitato Unico di Garanzia per le Pari Opportunità, la valorizzazione del benessere di chi lavora e contro le discriminazioni (CUG).

E' stata condotta l'**indagine sul clima interno** rivolta a tutto il personale, con risultati soddisfacenti considerato il contesto in cui opera la Camera di Prato. L'analisi stress lavoro correlato invece sarà svolta nel corrente mese di dicembre.

Tenuto conto delle indicazioni del consiglio camerale, in merito alle misure di contenimento della spesa, delle cessazioni di personale e dell'impatto del nuovo CCNL 2016-2018, si riportano i dati complessivi relativi alla spesa di personale degli ultimi anni che presentano un trend costante di diminuzione con una significativa contrazione negli ultimi anni, come illustrato nel grafico che segue.

Andamento spesa per il personale (su base dati 2015)

