

LA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE 2011

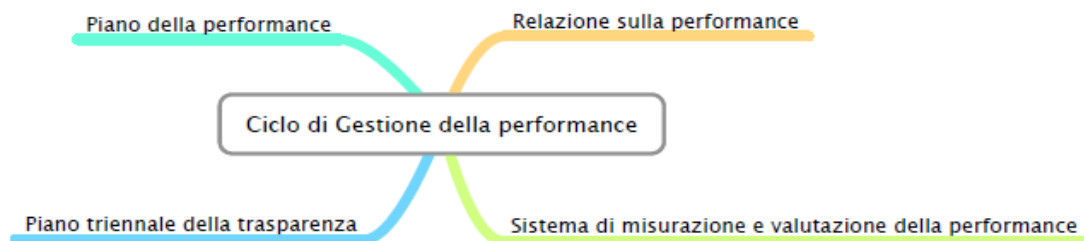
Camera di Commercio Prato

27 Aprile 2012



Presentazione

La presente Relazione sulla Performance è il documento che completa il Ciclo di Gestione della Performance con riferimento all'annualità 2011. Il d. lgs. 150/09 attribuisce alla Relazione sulla Performance la funzione di evidenziare, a consuntivo, i risultati della performance organizzativa ed individuale rispetto a quanto preventivamente definito in sede di pianificazione. La Relazione sulla Performance costituisce, pertanto, il rendiconto del Piano della Performance, rappresentando il grado di raggiungimento degli obiettivi organizzativi, strategici ed operativi, e individuali in esso previsti, nonché gli eventuali scostamenti rilevati. Così come espresso nel citato dettato normativo, la Relazione sulla Performance analizza, in particolare, la dimensione economico-finanziaria della performance dell'Ente, in termini di efficienza ed economicità. Allo stesso modo, la Relazione pone l'enfasi sulla esposizione di obiettivi dell'Ente in tema di pari opportunità, ivi compresa la dimensione di genere.



La Relazione sulla Performance è la sintesi di un processo dinamico, condiviso e partecipato. Tale processo ha previsto, inoltre, un monitoraggio costante degli obiettivi di performance definiti in sede di pianificazione e la conseguente valutazione dei risultati intermedi e finali ottenuti. Il reporting e la valutazione intermedia e finale sono stati alimentati, inoltre, dal sistema di benchmarking cui la Camera di Commercio partecipa assieme alle altre Camere di Commercio della Regione Toscana e assieme ad alcune Camere di Commercio delle regioni Emilia Romagna, Lombardia, Umbria e Veneto.



Presentazione – Lettera del Presidente

Cercare di potenziare la competitività del territorio e offrire alle imprese servizi efficienti: sono queste le direzioni lungo le quali si sta sviluppando l'attività della Camera di Commercio di Prato, l'unica strategia possibile in questo momento e in questa direzione va tutta la nostra attenzione.

Non è semplice il momento che stiamo attraversando per chi si trova a fare impresa e le iniziative che la Camera di Commercio di Prato porta avanti, con la collaborazione delle associazioni di categoria, non possono essere risolutive dei problemi con i quali dovete fare i conti quotidianamente. Ma stiamo cercando di fare la nostra parte.

Innanzitutto prosegue l'impegno della Camera di Commercio di Prato per cercare di offrire servizi efficienti: se per l'impresa la burocrazia è un costo e un appesantimento, l'andamento efficiente di queste attività non può che essere un vantaggio per le imprese del territorio. Dall'indagine di soddisfazione degli utenti che abbiamo svolto alla fine del 2011 è emerso un generale apprezzamento del nostro operato e in questa direzione continueremo a impegnarci.

Un altro fronte è l'impegno per il territorio. In un periodo di forti tagli per la pubblica amministrazione, grazie a uno sforzo teso all'uso sempre più efficiente delle risorse, all'impegno per il reperimento di fondi dall'esterno e alla costruzione di nuove partnership per aumentare la nostra capacità di impegno, nel 2011 siamo riusciti a destinare al territorio il 15% in più delle risorse, che per il nostro bilancio significa avere destinato al territorio circa 300 mila euro più del 2010.

Anche per il 2012 il nostro impegno prosegue in questa direzione e sono già tante le iniziative che abbiamo "in cantiere" e che rispondono alla fondamentale esigenza di rendere il territorio più competitivo.

Ci auguriamo che entro la fine di quest'anno la Camera di Commercio potrà finalmente trasferirsi nella nuova sede di via del Romito, uno spazio multifunzionale destinato ad ospitare gli uffici dell'ente, ma anche uno spazio a disposizione della comunità economica, che potrà ospitare iniziative di vario genere. Tra l'altro la sede è stata realizzata con tutte le tecniche più innovative di ecoefficienza, il primo edificio pubblico in Toscana con queste caratteristiche e nasce da un interessante progetto di recupero di archeologia industriale; un messaggio di innovazione concreta che vogliamo lanciare all'esterno per sottolineare la capacità del nostro territorio di essere sempre all'avanguardia.

Tante sfide, che quotidianamente lo staff dell'ente affronta con impegno e questo rapporto ci racconta con quali risultati.

Il Presidente



Indice

1. Sintesi delle informazioni di interesse per gli Stakeholder

1.1 Il contesto esterno

1.2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

1.3 . Il Piano della performance in sintesi

1.3.1 La Vision e le Aree strategiche

1.3.2 I risultati raggiunti in sintesi

2. L'Albero della Performance

2.1 Gli obiettivi strategici

2.2 Il Cascading per aree strategiche: dagli obiettivi strategici agli obiettivi

operativi ed individuali

3. La dimensione economico-finanziaria: risorse, efficienza ed economicità

4. La dimensione di genere: pari opportunità e bilancio di genere

5. Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

5.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità del processo di redazione

5.2 I punti di forza e debolezza del processo

6. Allegati Tecnici

6.1 I documenti del Ciclo di Gestione della Performance

6.2. Schede obiettivi con dettaglio indicatori

6.2.1 Gli obiettivi strategici con dettaglio indicatori

6.2.2 Il Cascading dettagliato: dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi ed individuali





LA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE 2011

Camera di Commercio Prato

1. Sintesi delle informazioni di interesse per gli Stakeholder













1. Sintesi delle informazioni di interesse per gli Stakeholder

La presente sezione illustra, in maniera sintetica e snella, le informazioni di supporto ad una analisi consapevole dei risultati della performance che verranno rappresentati più nel dettaglio nei paragrafi che seguono. I destinatari di tali informazioni sono prevalentemente gli Stakeholder esterni, ed in particolare i cittadini, in quanto beneficiari finali dell'azione dell'ente sul territorio.

Per facilitare la lettura del documento, sono qui proposte informazioni di sintesi circa il contesto esterno nel quale si è svolta l'attività dell'ente, i dati qualitativi e quantitativi che caratterizzano l'amministrazione, i risultati finali raggiunti e le principali criticità o elementi di merito che si sono manifestati nel corso del 2011. Essendo la Relazione sulla Performance un documento consuntivo rispetto al Piano della Performance, si rimanda a quest'ultimo per una analisi approfondita e preventiva delle informazioni integrative sinteticamente illustrate di seguito.

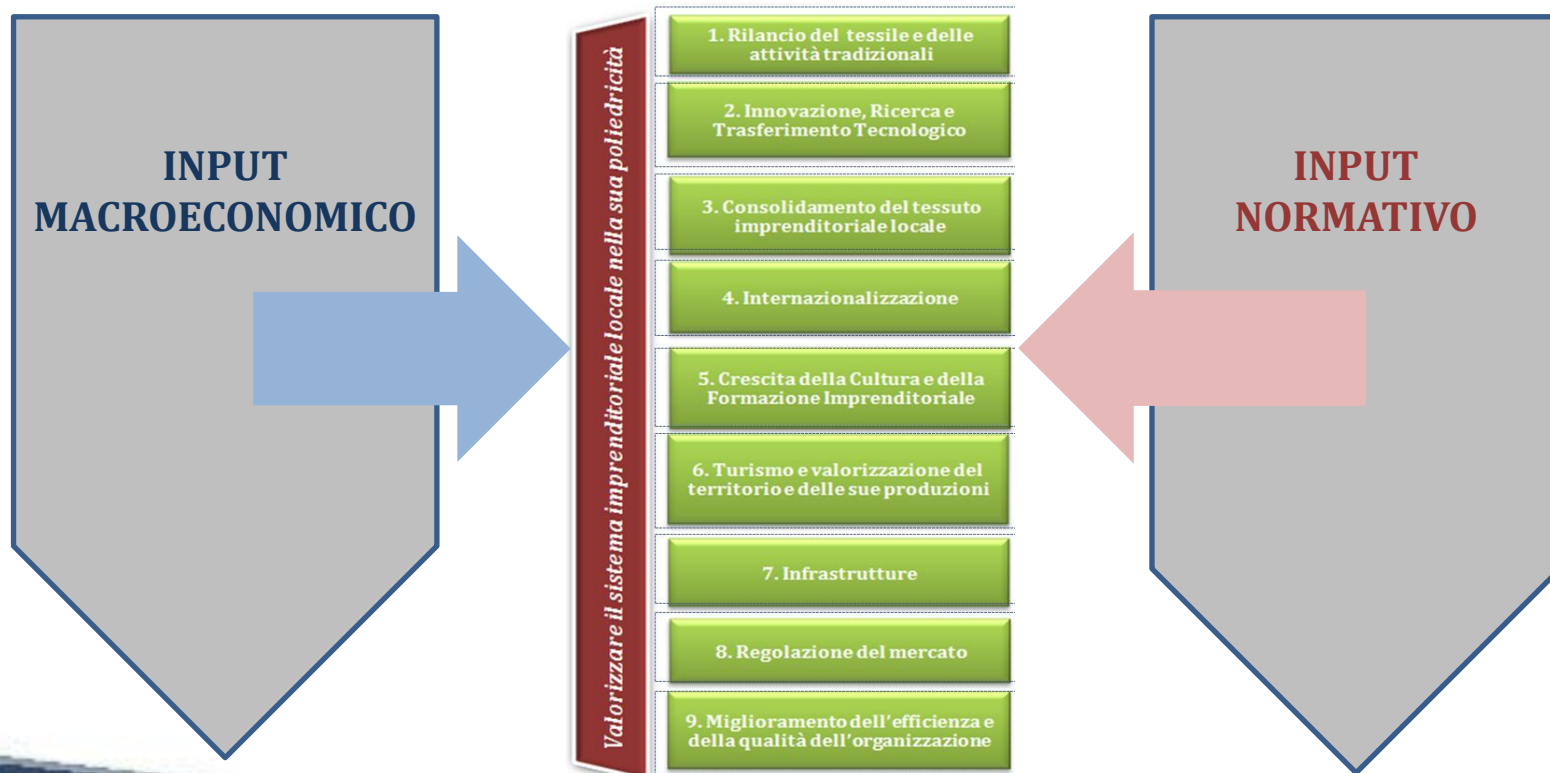
-  le imprese, principali destinatarie dei servizi erogati
-  i consumatori, destinatari di particolari tipologie di servizi, quali quelle di regolazione del mercato e di tutela del consumatore
-  i liberi professionisti, destinatari di servizi in quanto intermediari rispetto al mondo delle imprese
-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

[Piano della Performance 2011](#)



1. 1 Il contesto esterno

La CCIAA di Prato, al fine di individuare le azioni più coerenti per soddisfare le aspettative dei propri Stakeholder riconosce come elemento propedeutico all'efficacia strategica delle proprie azioni l'analisi del contesto economico-sociale di riferimento. L'analisi del contesto consente di descrivere le variabili che rappresentano lo scenario nel quale si è sviluppata l'attenta azione amministrativa della Camera di Commercio di Prato, ed in base alle quali gli obiettivi strategici previsti si sono potuti concretizzare. A tal fine verrà dato rilievo alle variabili del contesto esterno che, manifestandosi nel corso dell'anno 2011, hanno inciso positivamente o negativamente sui risultati finali raggiunti. L'analisi del contesto esterno verrà rappresentata facendo stretto riferimento all'articolazione delle principali aree strategiche definite all'interno del mandato della Camera di Commercio. Ciò al fine di rendere funzionale la lettura delle informazioni presentate in questa sezione alla interpretazione dei risultati di performance esplicitati successivamente secondo le medesime aree strategiche.



1. 1 Il contesto esterno

INPUT MACROECONOMICO

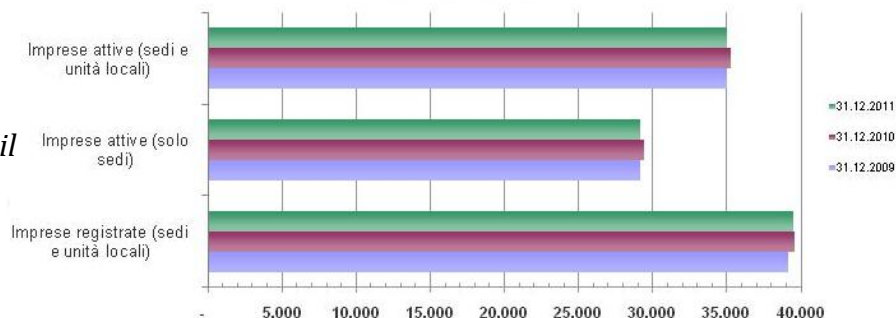
Variabili macroeconomiche internazionali e nazionali	
Stima crescita mondiale (Var. % - 2011)	+3,9
Commercio internazionale (Var. % - 2011)	+5,8
Stima PIL Italia (Var. % - 2011)	+0,4
-Investimenti Fissi Lordi (Var. % -2011)	-1,9
-Consumi Privati Resid. (Var. % - 2011)	+0,2
-Esportazioni (Var. % - 2011)	+5,6
Variabili macroeconomiche locali	
Valore Aggiunto (Var. % - 2011 - prezzi cost.)	+0,9
Redd. Disp. Fam. (Var. % - 2011 - Prezzi cost.)	-1,1
Tasso di disoccupazione (% -2011)	6,7
Prestiti bancari imprese (Var. % - 2011)	-1,9
Export (Var. % - 2011 - Provvisorio)	+5,2
Import (Var. % - 2011 - Provvisorio)	-2,4
Variabili settoriali	
Imprese attive (Var. % - 31/12/2011)	-0,7
Fatturato Industria (Var. % - 2011)	+1,7
Fatturato Artigianato (Var. % - 2011)	-8,9
Fatturato Comm. Dettaglio (Var. % - 2011)	-2,1

Elementi di rilievo per la CCIAA di Prato

Dopo una prima parte dell'anno tutto sommato positiva, che aveva beneficiato del contesto favorevole maturato nel corso del 2010, la situazione dell'economia pratese ha subito un brusco rallentamento a ridosso dell'estate che è poi sfociato in un ulteriore peggioramento nell'ultimo trimestre. Il modo non soddisfacente in cui si è chiuso il 2011 ha prodotto riflessi sui consuntivi di fine anno, con indicatori riferiti alle principali variabili macroeconomiche che si sono molto ridimensionati rispetto ai valori di inizio anno e che, in taluni casi, sono tornati in territorio negativo. Preoccupano, in particolare, alcuni nodi di natura strutturale che la lieve ripresa sperimentata durante i mesi scorsi non è purtroppo riuscita a sciogliere. Il tessuto produttivo della provincia appare in effetti ancora alle prese con grosse difficoltà: i tassi di sviluppo della base imprenditoriale si sono praticamente azzerati (-0,7% la variazione delle imprese attive al 31/12/2011), mentre la variazione del fatturato nell'industria è stata assai modesta (+1,7%) e si è mantenuta su livelli ampiamente negativi nel commercio (-2,1%) e, soprattutto, nell'artigianato (-8,9%). Permangono inoltre notevoli tensioni sul mercato del lavoro (6,7% il tasso di disoccupazione e oltre 1,2 milioni di ore autorizzate di cassa integrazione), così come ancora assai difficoltoso appare l'accesso al credito, con tassi di interesse sulle operazioni autoliquidanti praticati al comparto produttivo che sono sensibilmente cresciuti (dal 4,11% come media al 31/12/2010 al 5,47% al 31/12/2011) e conseguente riduzione degli impieghi (-1,9%).

Nel corso del 2011 la Camera ha ulteriormente rafforzato gli stanziamenti destinati agli interventi di sostegno a favore del tessuto imprenditoriale. La dotazione complessiva delle risorse della Camera finalizzate all'erogazione di contributi alle imprese è stata pari a circa 900.000 euro (+18,4%). Le domande pervenute a valere sui vari bandi predisposti dall'Ente sono state 429 (dati provvisori, +2,6%). La tenuta della domanda internazionale ha stimolato la richiesta di contributi finalizzati alla partecipazione a mostre e fiere (+38,2% in termini di importo utilizzato), mentre il permanere di condizioni incerte sul versante interno sembrerebbe aver indotto le imprese ad assumere un atteggiamento prudente nei confronti di investimenti orientati all'efficientamento organizzativo e gestionale (formazione, adozione di sistemi di certificazione aziendale, ecc.).

Il Tessuto imprenditoriale caratterizzante il contesto economico pratese





1. 1 Il contesto esterno

INPUT NORMATIVO

Area strategica 2.
Innovazione, Ricerca
e Trasferimento
Tecnologico

- Legge 28 gennaio 2009, n. 2, Dematerializzazione (PEC e firma digitale obbligatorie)
- D.P.R. n. 160/2010, semplificazione e riordino della disciplina sul SUAP
- D.P.C.M. 6 maggio 2009, Comunicazione Unica - estensione all'Albo Artigiani
- Decreto 138/2011 di modifica al Codice di Amministrazione Digitale
- D.Legge 78/2010 e D.Legge 78/2011 "decreto Sviluppo" di introduzione della SCIA
- Abolizione commissione artigiani e conseguente eliminazione del contributo

Area Strategica 4.
Internazionalizzazione

- Circolare Ministero Sviluppo Economico n. 75361 del 26/08/2009, modalità di rilascio di Certificati d'Origine e visti per l'estero

5. Crescita della
Cultura e della
Formazione
Imprenditoriale

- D.lgs. 23/2010 - attribuzione alle Camere di Commercio delle funzioni in materia di Alternanza Scuola Lavoro

Elementi di rilievo per la CCIAA di Prato

Promozione di forme semplificate di comunicazione con amministrazioni pubbliche ed utenti

+21,27% il n° comunicazioni pervenute tramite posta elettronica ordinaria e certificata nel 2011 rispetto al 2010

Livello di diffusione della PEC presso le società

87,10% il grado di copertura delle PEC presso le società iscritte nel Registro Imprese di Prato

Elementi di rilievo per la CCIAA di Prato

- Nel corso dell'anno 2011, la Camera di Commercio di Prato ha espletato il servizio di ricezione delle richieste di rilascio dei Certificati d'Origine on line.

Elementi di rilievo per la CCIAA di Prato

La Camera di commercio di Prato ha attivato sul territorio azioni per favorire le dinamiche di incontro fra domanda e offerta di lavoro

Raccolte le adesioni di 5 istituti superiori di secondo grado per un totale di 6 classi e di circa 150 studenti



1. 1 Il contesto esterno

INPUT NORMATIVO

Area strategica 8.
Regolazione del
mercato

- D.Lgs. n. 28/2010, in materia di mediazione finalizzata alla conciliazione delle controversie civili e commerciali
- D.Legge 70/2011 introduce obbligo dell'unificazione dei controlli amministrativi; Direttiva CE 2009/48 attuata con D.Lgs. 54/2011 in materia di vigilanza su sicurezza giocattoli

9. Miglioramento
dell'efficienza e della
qualità
dell'organizzazione

- D.lgs. 150/2009 - Ciclo di Gestione della Performance
- L. 135/2010 – D.Lgs. 187/2010 Tracciabilità pagamenti
- D.Legge 78/2010 e ulteriori norme di contenimento spesa pubblica
- D.lgs. 23/2010 - gestione funzioni camerali in forma associata
- Legge 180/2011 Norme per la tutela della libertà d'impresa. Statuto delle imprese.

Elementi di rilievo per la CCIAA di Prato

L'organismo di mediazione della Camera di Prato è stato riconosciuto dal Ministero della Giustizia e iscritto al n. 38 del registro. Predisposizione dell'Elenco dei mediatori civili e commerciali, successivamente trasmesso al Ministero.

+84% il n° di controversie gestite con procedure alternative nel 2011 rispetto al 2010, con un esito positivo per il 60% dei casi. 202 è il numero di mediatori abilitati.

Protocollo d'intesa fra Unioncamere e Ministero Sviluppo Economico e sottoscrizione di una specifica convenzione fra Camera di Commercio di Prato e Unioncamere

Effettuati n. 23 controlli con l'81% degli esami di laboratorio previsti e l'emissione di 57 verbali di contestazione di violazione amministrativa.

Elementi di rilievo per la CCIAA di Prato

Il Ciclo di Gestione della Performance è stato avviato dalla Camera con delibera di giunta n. 93/10

adozione del Piano Performance 2011, del Sistema di Misurazione e Valutazione della Performance, del Programma Triennale della Trasparenza e Integrità 2011-13

Attivazione delle procedure di controllo sulla tracciabilità dei pagamenti

Nel 2011:
•Valore dei tempi medi di pagamento delle fatture - 22 gg
•Fatture pagate entro 30 giorni - 90,7%

L'ente camerale ha rispettato i numerosi vincoli di spesa imposti dalla normativa nazionale, contribuendo altresì al ripiano del debito pubblico mediante i versamenti dei risparmi di spesa al bilancio dello Stato

€ 65.611 l'ammontare complessivo dei risparmi di spesa versati nel 2011 in applicazione delle norme di contenimento

Nel 2010 è stata sottoscritta la convenzione con Unioncamere Toscana e le CCIAA di Firenze, Lucca, Siena, Livorno, Pisa, Pistoia, Massa Carrara e Arezzo

Attività svolte nel 2011 in forma associata: coordinamento regionale (gdl) e formazione

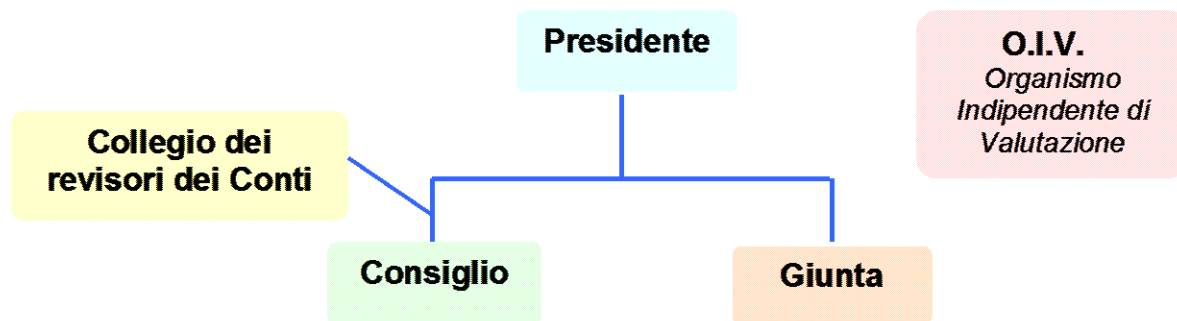
Necessità di revisione dello Statuto Camerale per adeguarlo al nuovo quadro normativo

il nuovo Statuto della Camera di Commercio di Prato è stato approvato dal Consiglio Camerale in data 20 dicembre 2011



1.2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

Sono organi della Camera di Commercio di Prato:



Il Consiglio è l'organo rappresentativo delle forze produttive del territorio; determina gli indirizzi dell'azione dell'ente e ne verifica l'attuazione. Resta in carica 5 anni (*prossimo rinnovo settembre 2012*).

Componenti Consiglio	Settore di appartenenza	Componenti Consiglio	Settore di appartenenza
Carlo Longo (Presidente)	<i>Servizi alle imprese</i>	Franco Tonato	<i>Credito e Assicurazioni</i>
Giovanni Nenciarini (Vice Presidente)	<i>Artigianato</i>	Adriano Francesco Bellu	<i>Industria</i>
Fabrizio Campaioli	<i>Artigianato</i>	Marcello Gozzi	<i>Industria</i>
Luca Giusti	<i>Artigianato</i>	Riccardo Marini	<i>Industria</i>
Cinzia Grassi	<i>Artigianato</i>	Pierluigi Marrani	<i>Industria</i>
Luca Marco Rinfreschi	<i>Artigianato</i>	Franco Miliotti	<i>Industria</i>
Maurizio Fantini	<i>Agricoltura</i>	Giovanni Mannocci	<i>Consumatori e utenti</i>
Gennaro Berardono	<i>Commercio</i>	Manuele Marigolli	<i>Organiz. sindacali dei lavoratori</i>
Lido Bonari	<i>Commercio</i>	Franco Papini	<i>Servizi alle imprese</i>
Alessandro Giacomelli	<i>Commercio</i>	Anselmo Potenza	<i>Trasporti e spedizioni</i>
Filippo Bettarini	<i>Cooperative</i>	Gianluca Niccolai	<i>Turismo</i>



1.2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

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

Componenti Giunta	Settore di appartenenza
Carlo Longo (Presidente)	<i>Servizi alle imprese</i>
Giovanni Nenciarini (Vice Presidente)	<i>Artigianato</i>
Maurizio Fantini	<i>Agricoltura</i>
Alessandro Giacomelli	<i>Commercio</i>
Marcello Gozzi	<i>Industria</i>
Gianluca Niccolai	<i>Turismo</i>
Anselmo Potenza	<i>Trasporti e spedizioni</i>

Il Presidente è l'organo rappresentativo della Camera di Commercio. Dal 25 settembre 2007 Presidente della Camera di Commercio di Prato è Carlo Longo.

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

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

Sono componenti dell'Organismo Indipendente di Valutazione: Alessandro Ciampalini, Enrico Fazzini, Alberto Toccafondi.



1. 2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

IL SISTEMA TERRITORIALE

Per svolgere al meglio i propri molteplici compiti, la Camera di Prato ha operato come parte di un sistema di rete inter-istituzionale ed ha mirato a mantenere, consolidare e sviluppare collaborazioni con le altre istituzioni pubbliche, con le associazioni di categoria, con il sistema territoriale e delle imprese e per costruire nel tempo rapporti che si fondano sulla trasparenza. Le linee di azione locale non possono essere disgiunte da un'opera di intervento largamente condivisa a livello nazionale; l'agire della camera di commercio, anche se indirizzato sulla base delle proprie peculiarità locali, deve infatti essere caratterizzato da un'ampia condivisione, in modo da perseguire quegli interessi di carattere generale che costituiscono l'obiettivo primario del sistema camerale. La scelta di svolgere un ruolo attivo nell'ambito di uno scenario di rete inter-istituzionale è funzionale a potenziarne l'azione, grazie ad un dialogo privilegiato evitando la dispersione delle risorse. Secondo tale filosofia di intervento, la CCIAA di Prato, attiva rapporti e relazioni una pluralità di soggetti come di seguito rappresentato e si articola fisicamente su territorio per fornire al meglio i propri servizi all'utenza

CAMERE DI COMMERCIO

Pisa e Pistoia	Tuscany Italian Excellence - Rethinking the product
Firenze e Pistoia	Giornata dell'Economia
Brindisi, Cuneo, Pisa, Udine, Matera, Caserta e Massa Carrara; Mondimpresa, Unioncamere e la Camera di Commercio Italo- Russa	Opera Italia - show room in Mosca
Unioncamere Toscana	Osservatori Economici
Unioncamere Toscana	Funzioni associate ex art. 2 L. 580/93 smi
Unioncamere Toscana	Coordinamento funzioni tenuta albo artigiani
Unioncamere Nazionale	Rafforzamento vigilanza e tutela Consumatori
Unioncamere Toscana con le Camere di Firenze, Lucca, Siena, Prato	Convenzione per attuazione compiti in forma associata

*I partenariati
con le altre
Camere di
Commercio*

REGIONE TOSCANA

Toscana Promozione	Partecipazione ad ITMA e Tokyo
Toscana Promozione	Rethinking the product
Toscana Promozione	Cluster Prato (For Prato)
Toscana Promozione/sistema CCIAA Toscane	Programma Internazionalizzazione
Toscana Promozione-Unioncamere Toscana	16 Seminari per l'internazionalizzazione

*Le principali
partnership con
il sistema
camerale toscano*



1. 2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

IL SISTEMA TERRITORIALE

Le altre iniziative intraprese in partenariato con soggetti del territorio

ENTI DEL TERRITORIO	
Comune di Prato	Lavori nuova sede - Sistemazione aree esterne
Enti vari (Prefettura-Provincia-Comuni-Tribunale)	Semplificazione e dematerializzazione delle procedure amministrative e creazione area full-digital nella provincia
Prefettura di Prato	Tavolo territoriale per l'immigrazione
Prefettura di Prato	Assemblea Plenaria Conferenza Permanente
Procura di Prato	Attivazione PEC
Provincia di Prato	Cineporto
Provincia di Prato	Protocollo WiFi
Provincia di Prato	Oleum nostrum
Provincia di Prato	Tavolo di Distretto
Provincia di Prato/FIL	Tirocinio
Provincia-comune-prefettura	Progetti UNRRA - Pratomigranti
Tribunale di Prato	Informatizzazione adempimenti
UNIVERSITA'	
Dip. Scienza della politica e sociologia UNIFI	Consulenza gestione sportello condominio
PIN	Corsi di laurea

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA	
CNA	SISTRI
Coldiretti	SISTRI
Confartigianato	SISTRI
Unione Commercianti	SISTRI
Associazioni di categoria	Iniziative promozionali e di analisi economica
ALTRI	
UIP e Cassa Risparmio LU-PI-LI	Convegno "Il contratto di rete: opportunità di crescita per le imprese"
CR Firenze	Servizio di Cassa
Fidi Toscana (per affitto locali)	Sportello fidi c/o uffici via valentini 13
FNA-ANACI	Gestione sportello Condominio c/o CCIAA
Asapi	SISTRI



1. 2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

Il sistema delle partecipazioni

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

Al 1.01.2012 le partecipazioni possedute dalla Camera di Commercio di Prato sono le seguenti.

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

Società del sistema camerale	
Settore di attività	Denominazione Società
<i>Servizi - Consulenza e supporto per l'innovazione</i>	Infocamere S.c.p.a.
	Tecnoservicecamere S.c.p.a.
	Retecamere S.c.r.l.
	Ic Outsourcing S.c.r.l.
	JOB CAMERE S.c.r.l. (già Ic Outsourcing S.c.r.l.)
<i>Infrastrutture Altre</i>	BMTI Borsa Merci Telematica Italiana S.c.p.a
	Tecno Holding S.p.a.
<i>Servizi - Formazione</i>	UTC Immobiliare e Servizi S.c. a r.l.
	CAMCOM - Universitas Mercatorum S.c.a.r.l.



1.2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

A ciò si aggiungono le partecipazioni acquisite dalla Camera di Commercio di Prato per favorire lo sviluppo delle imprese innovative o ad alto potenziale di crescita, attraverso la costituzione di un Fondo Sviluppo Nuove Imprese. Alla data del 1.01.2012 risultano essere:

Fondo Sviluppo Nuove Imprese	
Settore di attività	Denominazione
Servizi - Consulenza e supporto per l'innovazione	Master Technolgy Italia S.r.l.
	Enatek S.r.l.

L'Ente aderisce anche ad associazioni e fondazioni che operano in prevalenza nei settori del tessile/moda e dell'assistenza alle imprese.

Associazioni e Fondazioni	
Settore di attività	Denominazione
Tessile e moda	Centro di Firenze per la Moda Italiana
	Polimoda - Ente per le arti applicate alla moda e al costume
	Fondazione Museo del Tessuto di Prato
	Unionfiliera
Studi economici	Fondazione Datini
Assistenza Imprese	Fondazione Cassa di Risparmio di Prato
	Isdaci - Istituto per lo studio dell'arbitrato

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

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

1.2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

LE FUNZIONI ISTITUZIONALI

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

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

I compiti e le funzioni

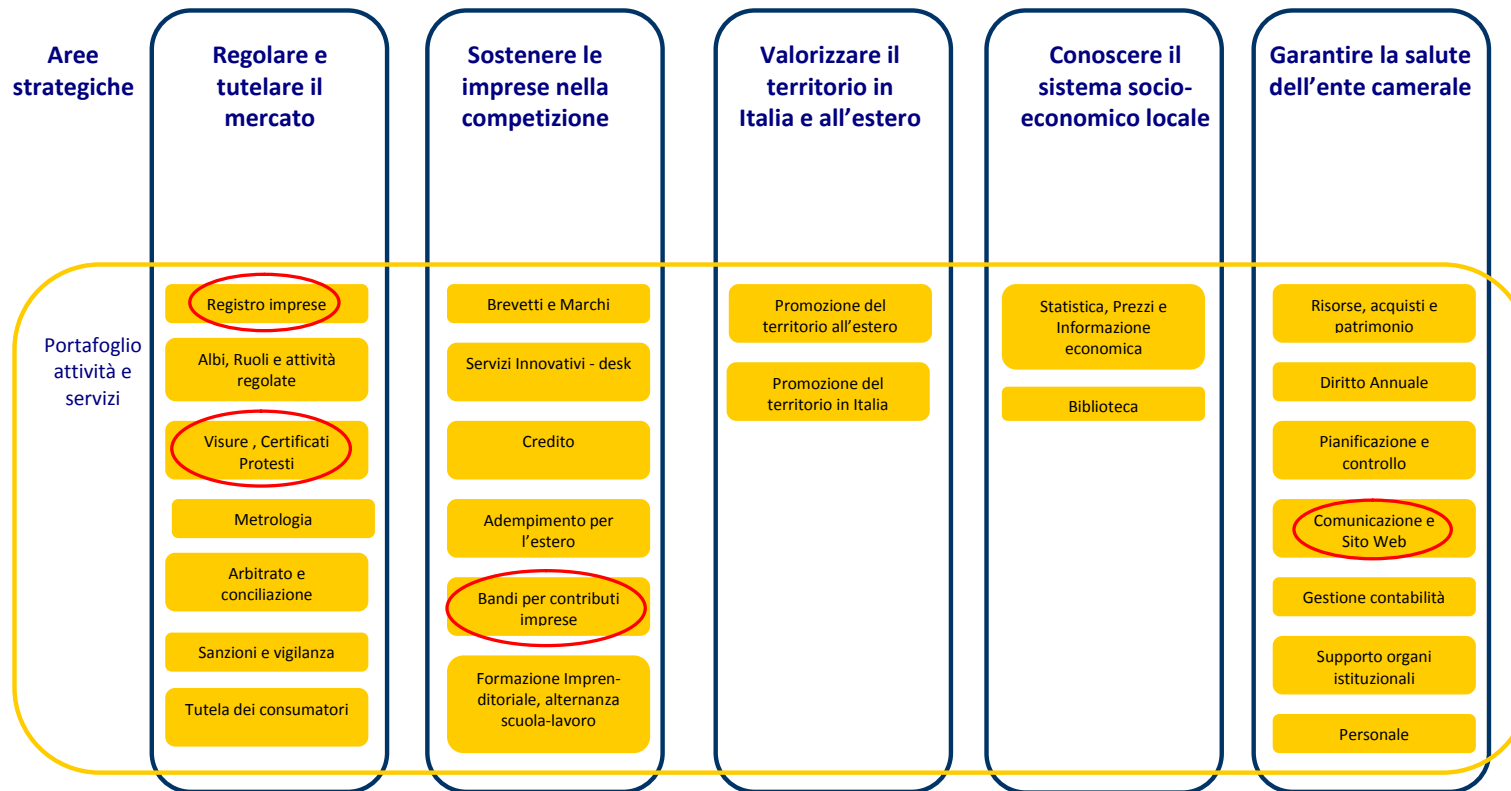
Attività Anagrafico-Certificativa	Attività di Promozione ed Informazione Economica	Attività di Regolazione del Mercato
Tenuta del Registro delle Imprese e del REA	Promozione del territorio e delle economie per l'accesso al credito per le PMI anche attraverso il supporto ai consorzi Fidi	Costituzione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



1. 2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

IL PORTAFOGLIO DEI SERVIZI RESI: Le Attività e i Servizi per Aree Strategiche

La presente sezione è dedicata alla descrizione del portafoglio dei servizi erogati da parte della CCIAA di Prato nell'esercizio del suo ruolo istituzionale. Di seguito è riportata la composizione del portafoglio attività e servizi. Nelle slides che seguono sono sviluppate solo alcune schede di misurazione, relative a servizi considerati per il 2011 prevalenti in termini di rilevanza verso l'esterno e entità di risorse impiegate. I servizi e le attività per i quali sono successivamente sviluppate schede di misurazione sono evidenziati con un cerchio rosso.



La Camera di Commercio di Prato, nell'ambito del progetto Benchmarking, ha effettuato una attenta analisi dei principali processi oggetto della propria attività. In ottica di rendicontazione, la presente sezione sarà completata riportando alcuni risultati dall'analisi dei processi riferiti al periodo amministrativo 2011, allorquando verrà ultimata l'elaborazione dei dati attualmente in corso.



1.2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

IL PORTAFOGLIO DEI SERVIZI RESI: Le Attività e i Servizi – quantità e qualità

Area strategica	Regolare e tutelare il mercato			
Attività/Servizio	Registro imprese			
Descrizione	<p>Il Registro delle Imprese è l'anagrafe delle imprese: si trovano infatti i dati (costituzione, modifica, cessazione) di tutte le imprese con qualsiasi forma giuridica e settore di attività economica, con sede o unità locali sul territorio provinciale. Presso lo stesso sono depositati annualmente in via telematica i bilanci di esercizio delle società di capitali in formato XBRL per garantirne la più rapida e uniforme accessibilità a livello nazionale. Il Registro delle Imprese fornisce quindi un quadro essenziale della situazione giuridica di ciascuna impresa ed oltre alla primaria funzione di pubblicità, è un archivio fondamentale per l'elaborazione di indicatori di sviluppo economico ed imprenditoriale in ogni area di appartenenza. Il tessuto imprenditoriale pratese è caratterizzato da una sempre maggiore incidenza delle imprese straniere; in questo ambito ormai da alcuni anni è stato attivato il servizio di mediazione culturale in lingua cinese ed araba.</p>			
Quantità	Indicatore	Formula		Stato 2011
	Imprese del territorio	<i>n. imprese registrate (sedi ed unità locali - dato stock al 30/09)</i>	n.	39.698
	Nuove imprese (Tasso di natalità)	<i>n. nuove imprese registrate nell'anno</i>	n.	3.108
	Cancellazioni (Tasso di mortalità)	<i>n. cancellazioni da Registro imprese</i>	n.	3.090
	Deposito Bilanci	<i>n. bilanci depositati</i>	n.	7.362
	Pratiche gestite	<i>n. modificazioni Registro imprese</i>	n.	26.374
	Risorse umane dedicate	<i>Personale (Full Time Equivalent)</i>	n.	15,50
Qualità	Indicatore	Formula		Stato 2011
	Mediatore culturale	<i>n. ore di presenza annue del mediatore culturale (2 mediatori)</i>	h.	398,5
	Informazioni allo sportello	<i>n. informazioni rilasciate allo sportello informazioni</i>	n.	3.847
	Informazioni via mail	<i>n. e-mail di risposta fornite da sportello informazioni</i>	n.	2.256
	Informazioni via telefono	<i>n. contatti telefonici allo sportello informazioni</i>	n.	13.376



1.2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

IL PORTAFOGLIO DEI SERVIZI RESI: Le Attività e i Servizi – quantità e qualità

Area strategica	Regolare e tutelare il mercato			
Attività/Servizio	Certificati, Visure, Protesti e altri servizi			
Descrizione	Le <i>visure</i> e i <i>certificati</i> sono documenti rilasciati dallo sportello Registro Imprese su richiesta dell'utente; contengono informazioni sulle imprese iscritte presso le Camere di Commercio di tutto il territorio nazionale. Le camere di commercio gestiscono in via informatica il Registro dei Protesti: pubblicano le iscrizioni, ricevono le istanze di cancellazione da parte degli interessati e rilasciano le informazioni tramite visure. Oltre che allo sportello, è possibile richiederli anche attraverso due specifici servizi web. Il Ministero dell'Ambiente ha attribuito specifiche competenze alle Camere di Commercio in materia ambientale, che consistono nella ricezione delle dichiarazioni MUD e nel rilascio dei dispositivi SISTRI.			
Quantità	Indicatore	Formula	Stato 2011	
	Certificati e visure Registro imprese	<i>n. certificati e visure Registro imprese rilasciati allo sportello</i>	n.	21.228
	Visure Protesti	<i>n. visure protesti</i>	n.	725
	Pubblicazione protesti	<i>n. protesti pubblicati nel registro</i>	n.	5.625
	Cancellazione protesti su istanza	<i>n. protesti cancellati su istanza</i>	n.	318
	Tracciabilità Rifiuti	<i>n. pratiche SISTRI presentate</i>	n.	210
	Dichiarazioni Ambientali	<i>n. pratiche MUD presentate</i>	n.	498
	Risorse umane dedicate	<i>Personale (Full Time Equivalent)</i>	n.	2,3
Qualità	Indicatore	Formula	Stato 2011	
	Accessibilità fisica	<i>tot. Visure e certificati RI e protesti / FTE dedicate a ricezione richieste</i>	n.	9.503
	Accessibilità fisica	<i>n. ore apertura sportello settimanali</i>	h	22:20



1.2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

IL PORTAFOGLIO DEI SERVIZI RESI: Le Attività e i Servizi – quantità e qualità

Area strategica	Sostenere le imprese nella		
Attività/Servizio	Bandi per contributi alle imprese		
Descrizione	La Camera di Commercio si impegna a sostenere il sistema produttivo anche attraverso l'erogazione di contributi alle imprese sulla base di disciplinari che vengono rinnovati di anno in anno. Si tratta nello specifico di: bandi per la concessione di contributi per iniziative di formazione del personale su tematiche aziendali e lingue straniere; bandi per l'introduzione di sistemi di certificazione aziendale; bandi per la concessione di contributi ad aggregazioni di imprese per la realizzazione di iniziative di promozione sui mercati esteri; bandi per la concessione di contributi per la partecipazione di imprese singole a mostre e fiere in Italia e all'estero.		
	Bandi	Formula	Stato 2011
	Bando Formazione	Budget (a preventivo)	100.000
		Indice di saturazione disponibilità finanziarie	100%
	Bando Certificazione	Budget (a preventivo)	80.000
		Indice di saturazione disponibilità finanziarie	100%
	Bando Export	Budget (a preventivo)	80.000
		Indice di saturazione disponibilità finanziarie	30%
	Bando Fiere	Budget (a preventivo)	120.000
		Indice di saturazione disponibilità finanziarie	100%
	Bando Confidi	Budget (a preventivo)	200.000
		Indice di saturazione disponibilità finanziarie	100%
Qualità	Indicatore	Formula	Stato 2011
	Informazioni rilasciate	<i>n. informazioni rilasciate</i>	n. 2.500
	Attrattività bandi camerali	<i>n. domande presentate per i bandi promossi dalla Camera</i>	n. 402
	Risorse umane dedicate	<i>Personale (Full Time Equivalent)</i>	n. 1,1
	Comunicazione e informazione sui bandi camerali	<i>n. comunicati emessi nel corso dell'anno</i>	n. 3



1.2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

IL PORTAFOGLIO DEI SERVIZI RESI: Le Attività e i Servizi – quantità e qualità

Area strategica	Garantire la salute dell'Ente Camerale		
Attività/Servizio	Comunicazione		
Descrizione	L'Ufficio comunicazione cura la comunicazione istituzionale e di servizio; cura le relazioni esterne dell'Ente; presidia i diversi strumenti di comunicazione interna ed esterna attraverso numerosi canali di informazione. Realizza pubblicazioni monotematiche ed organizza eventi di promozione delle iniziative camerali.		
Quantità	Indicatore	Formula	Stato 2011
	comunicati stampa	$n. \text{ comunicati stampa}$	n. 82
	informazione istituzionale	$n. \text{ edizioni notiziario}$	n. 4
	comunità virtuale - newsletter	$n. \text{ edizioni newsletter}$	n. 11
	comunità virtuale - facebook	$n. \text{ contatti facebook}$	n. 172
	comunità virtuale - twitter	$n. \text{ contatti twitter}$	n. 84
	comunicazione audiovisiva su web	$n. \text{ trasmissioni youtube}$	n. 42
Qualità	Indicatore	Formula	Stato 2011
	accessibilità virtuale	$n. \text{ comunicati stampa on-line} / n. \text{ totale comunicati stampa}$	% 100%
	multicanalità del servizio	$n. \text{ strumenti di comunicazione utilizzati}$	n. 6
	accessibilità virtuale su sito	$n. \text{ eventi pubblicati su sito} / n. \text{ eventi organizzati}$	% 100%



1.2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

IL PORTAFOGLIO DEI SERVIZI RESI: I servizi/attività, gli Stakeholder ed il valore creato/distribuito

La CCIAA di Prato offre agli utenti la possibilità di sviluppare il territorio in cui risiedono ed il tessuto economico in cui operano ed offrono servizi volti alla tutela dei diritti soggettivi. Di seguito una matrice raffigurativa dei servizi/attività che la CCIAA eroga in relazione agli alle categorie di Stakeholder con cui si relaziona.

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



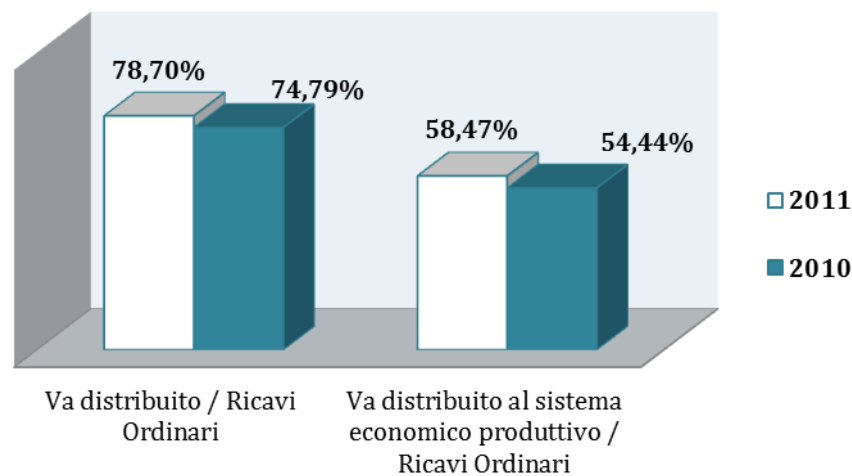
1.2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

IL PORTAFOGLIO DEI SERVIZI RESI: I servizi/attività, gli Stakeholder ed il valore creato/distribuito

Determinazione del Valore Aggiunto Globale Lordo CCIAA	
	VA 2011
Valore della produzione	9.082.906,43
<i>Ricavi da Diritto annuale</i>	6.219.860,19
<i>Ricavi da Diritti di segreteria</i>	1.869.333,09
<i>Contributi trasferimenti e altre entrate</i>	771.308,73
<i>Proventi da gestione di beni e servizi</i>	210.186,16
<i>Variatione delle rimanenze</i>	12.218,26
Costi di struttura	2.464.356,95
<i>Costi del personale (funzioni istituzionali a e b)</i>	1.825.315,70
<i>Costi di funzionamento (funzioni istituzionali a e b)</i>	639.041,25
Valore Aggiunto Caratteristico Lordo	6.618.549,48
Componenti accessori e straordinari	
+/- Saldo gestione accessoria	332.816,61
<i>Ricavi accessori (rivalutazioni di attività finanziarie, proventi da partecipazioni, altri proventi finanziari, altri ricavi e proventi)</i>	332.880,61
<i>Costi accessori (svalutazioni di attività finanziarie)</i>	64,00
+/- Saldo componenti straordinari	196.971,74
<i>Ricavi straordinari</i>	300.293,00
<i>Costi straordinari</i>	103.321,26
Valore Aggiunto Globale Lordo	7.148.338

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

Distribuzione del Valore Aggiunto Globale Lordo CCIAA	
	VA
Sistema economico produttivo	5.311.089,24
Servizi anagrafico-certificativi	1.379.946,78
Servizi di regolazione del mercato e tutela del consumatore	507.821,34
Servizi di promozione e sviluppo dell'economia	3.423.321,13
Camera di Commercio	619.130,35
Sistema camerale	797.798,06
Pubblica Amministrazione	420.320,24
Valore Aggiunto Globale Lordo	7.148.338

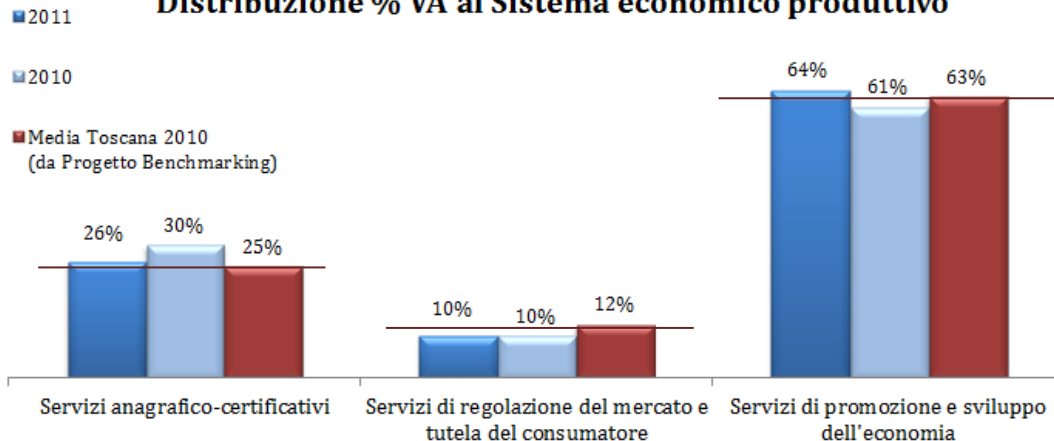




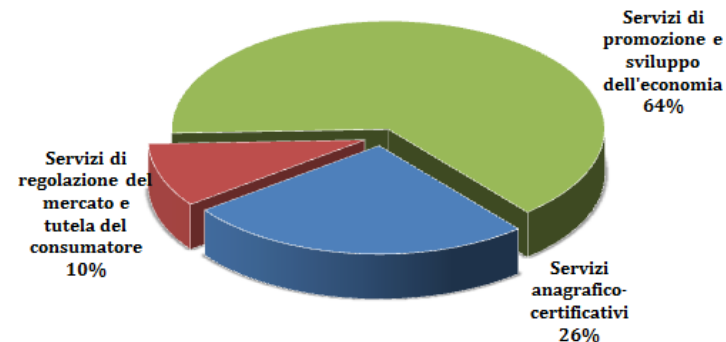
1.2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

IL PORTAFOGLIO DEI SERVIZI RESI: I servizi/attività, gli Stakeholder ed il valore creato/distribuito

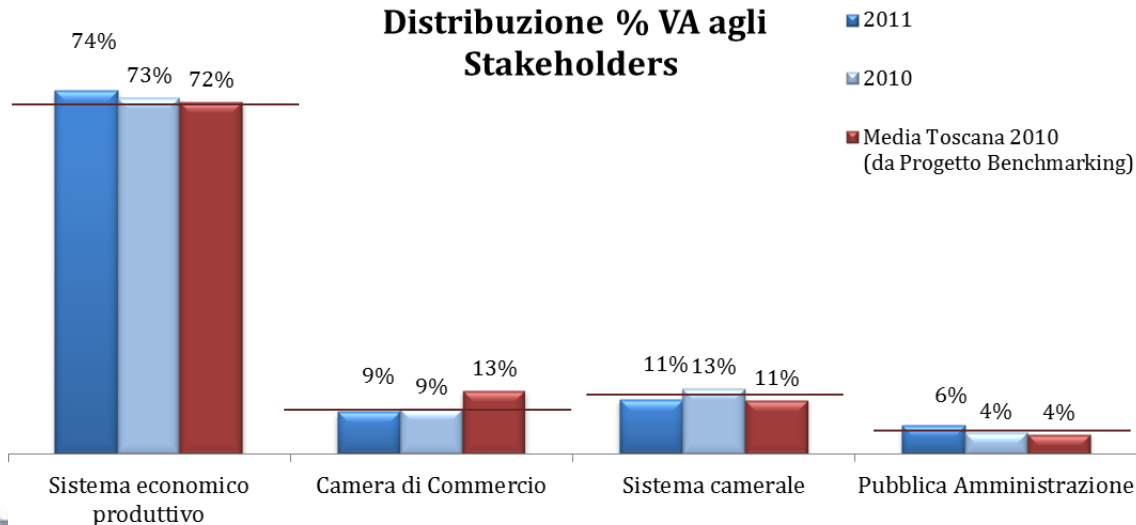
Distribuzione % VA al Sistema economico produttivo



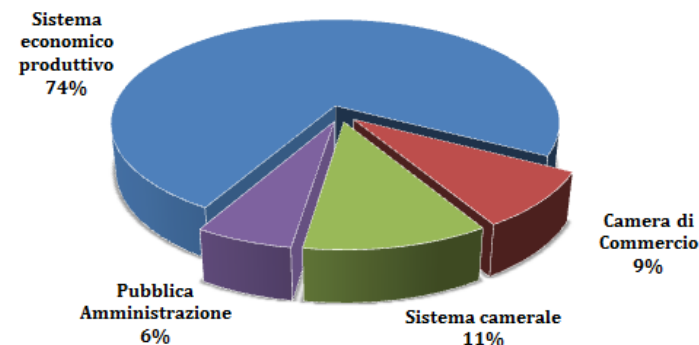
Distribuzione VA al Sistema Economico Produttivo (2011)



Distribuzione % VA agli Stakeholders



Distribuzione del Valore Aggiunto (2011)



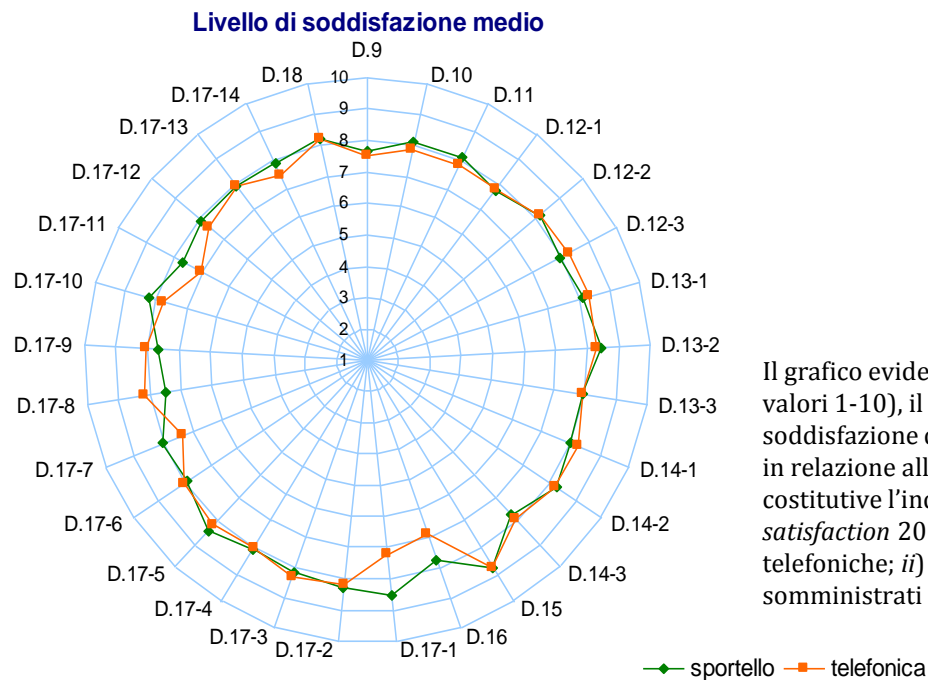


1.2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

GLI UTENTI: La Customer Satisfaction

La Camera di Commercio di Prato nel corso del 2011, in continuità con gli anni passati, ha realizzato una indagine generale di soddisfazione della propria utenza. Tale indagine è stata realizzata interamente da personale interno alla struttura camerale, ciò a dimostrazione dell'attenzione che l'Ente pone verso la soddisfazione degli utenti e le esigenze del territorio. L'esito dell'indagine pone le basi per predisporre azioni migliorative dei servizi resi.

[Relazione indagine customer 2011](#)



Il grafico evidenzia (in una scala di valori 1-10), il livello medio di soddisfazione degli utenti camerale in relazione alle due rilevazioni costitutive l'indagine di *customer satisfaction* 2011: i) le interviste telefoniche; ii) i questionari somministrati tramite sportello.

Legenda delle domande

9 orari di apertura	14.2 contenuto informazioni: sportello	17.7 ufficio Ambiente / Serv. Cons. / Protesti
10 tempi di attesa negli uffici	14.3 contenuto informazioni: sito web	17.8 ufficio Servizi Metrologia
11 tempi evasione istanze	15 disponibilità cortesia personale	17.9 ufficio Statistica Prezzi...
12.1 possibilità di comunicare: telefono	16 comunicazione unica	17.10 ufficio Marchi e Brevetti
12.2 possibilità di comunicare: sportello	17.1 ufficio Estero	17.11 ufficio Internazionalizzazione
12.3 possibilità di comunicare: e-mail	17.2 ufficio Registro Imprese e Albi e Ruoli	17.12 ufficio Incentivi alle Imprese
13.1 livello chiarezza informazioni: telefono	17.3 ufficio Informazioni del Registro Imprese	17.13 ufficio Agricoltura
13.2 livello chiarezza informazioni: sportello	17.4 ufficio Artigianato	17.14 ufficio Conciliazione e Arbitrato
13.3 livello chiarezza informazioni: sito web	17.5 ufficio R.A.O. (rilascio smart card)	18 giudizio complessivo su CCIAA Prato
14.1 contenuto informazioni: telefono	17.6 ufficio Diritto Annuale	

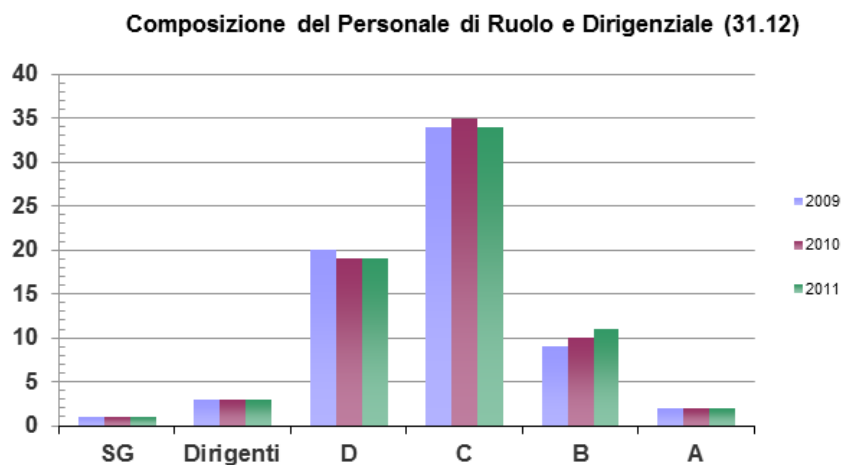


1.2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

Analogamente a quanto rappresentato nel Piano della Performance 2011, viene proposto un quadro sintetico degli elementi qualitativi e quantitativi caratterizzanti la Camera di Commercio di Prato. In particolare si riporta l'andamento della consistenza e relativa composizione del personale di ruolo e della dirigenza dal 2009 al 2011.

LE RISORSE UMANE

Composizione del Personale di Ruolo e della dirigenza (31.12)			
Per Categoria	2009	2010	2011
Segretario Generale			
	1	1	1
Dirigenti			
D	3	3	3
C	20	19	19
B	34	35	34
A	9	10	11
A	2	2	2
Totale	69	70	70





1. 2 La CCIAA di Prato: l'amministrazione

LE RISORSE UMANE: Salute organizzativa

Stato di Salute Organizzativa				
Condizioni	Per salute organizzativa si intende quell'insieme di indicatori che descrivono le caratteristiche del personale dell'Ente. La Camera di Commercio pone in essere costantemente iniziative finalizzate al miglioramento del benessere organizzativo e all'accrescimento della professionalità del proprio personale dipendente e della dirigenza. Nell'anno 2012 verrà ripetuta per la terza volta l'indagine di clima interno.			
Modello organizzativo	Indicatore	Formula		Stato 2011
	% dirigenti	$n. \text{ dirigenti} / \text{tot. Personale (comprese forme flessibili)}$	%	5,3%
	Turnover in entrata (ruolo)	$n. \text{ nuovi dipendenti} / \text{tot. personale}$	%	2,9%
	Turnover in uscita (ruolo)	$n. \text{ dipendenti in uscita} / \text{tot. personale}$	%	1,4%
	Incidenza retribuzione variabile	$\text{retribuzione variabile} / \text{totale retribuzioni}$	%	29,9%
	Differenziazione della produttività	$\% \text{ personale che si colloca nella fascia superiore al } 90\%$	%	75,0%
Capitale umano	Indicatore	Formula		Stato 2011
	Dimensionamento del personale	$\text{copertura della dotazione organica}$	n.	83%
	Età media del personale	$\text{somma età} / n. \text{ dipendenti ruolo e dirigenza}$	n.	43,6
	Anzianità media di servizio del personale	$\text{somma anzianità} / n. \text{ dipendenti}$	n.	11,8
	Incidenza dipendenti laureati	$\text{dipendenti laureati} / \text{tot. dipendenti (dirigenti+T.indeterminato)}$	%	41%
Formazione	Indicatore	Formula		Stato 2011
	Spese di formazione per dipendente	$\text{spese di formazione} / \text{tot. dipendenti (dirigenti+T.indeterminato)}$	€	215
	Grado di aggiornamento del personale	$n. \text{ dipendenti che hanno partecipato ad almeno un corso di formazione} / \text{totale dipendenti}$	%	100%
Benessere	Indicatore	Formula		Stato 2011
	Assenteismo malattie brevi	$\text{assenza malattie brevi (inferiori 10gg)} / \text{tot. Dipendenti di ruolo (esclusa dirigenza)}$	gg	3,3
	Qualità dei luoghi di lavoro	$n. \text{ di infortuni sul luogo di lavoro}$	n.	1
	Comunicazione interna	$n. \text{ comunicazione di servizio}$	n.	34
Pari opportunità	Indicatore	Formula		Stato 2011
	Distribuzione del personale dirigente per genere	$n. \text{ dirigenti donna} / \text{tot. Dirigenti}$	%	75%
	Distribuzione del personale dipendente per genere	$n. \text{ dipendenti donna} / \text{tot. Dipendenti (ruolo + dirigenza)}$	%	67%
ICT	Indicatore	Formula		Stato 2011
	Investimento nell'informatica	$\text{spesa informatica} / \text{tot. dipendenti (ruolo+dirigenza)}$	€	4.027

La Camera di Commercio di Prato in ottica di miglioramento dell'organizzazione, intesa come l'insieme di elementi diversificati quali, il capitale umano, il modello organizzativo, le pari opportunità, l'Information Communication Technology, ha posto particolare attenzione alla dimensione del Benessere Organizzativo. In tale ottica, come già fatto in passato, nel 2005 e 2009, ha programmato per il 2012 la realizzazione di una indagine di Benessere Organizzativo rivolta a tutto il personale di ruolo in servizio presso la Camera. La motivazione che ha spinto l'amministrazione ad effettuare questa rilevazione risiede nella volontà di introdurre una cultura attenta al benessere della persona in rapporto con il proprio contesto di lavoro. Sarà così possibile evidenziare le esigenze sentite dai dipendenti al fine di individuare eventuali azioni migliorative. L'analisi verrà effettuata attraverso la compilazione da parte dei dipendenti di un questionario strutturato.



1.3 Il Piano della Performance in sintesi




La CCIAA di Prato ha interpretato a pieno il dettato normativo (d. lgs 150/09) intervenuto al fine di disciplinare il Ciclo di gestione della Performance. Nel fare ciò, seppure in via sperimentale per il 2011, ha adottato metodologie e strumenti a supporto del processo redazione del Piano della Performance e, a consuntivo, della presente Relazione della Performance.

I risultati di performance raggiunti sono stati misurati e valutati seguendo il medesimo approccio culturale e metodologico che ha supportato la stesura degli obiettivi strategici, garantendo trasparenza e intelligibilità nel rapporto con gli interlocutori dell'Ente.

L'approccio seguito dalla Camera di Commercio di Prato ha permesso di strutturare la rappresentazione della performance organizzativa ed individuale secondo un processo di scomposizione e di collegamento ideale tra gli elementi costituenti il mandato, la mission istituzionale e la Vision. La CCIAA di Prato nel 2011 ha disegnato la propria azione **su 9 principali direttrici/aree strategiche** di intervento, concepite in modo da rispondere in maniera trasversale alle esigenze della comunità economica.



Allo stesso tempo è stato sviluppato un sistema di reporting, così come verrà evidenziato nell'albero della performance, che in modo grafico permette di evidenziare con dei colori il livello di realizzazione dell'obiettivo rispetto al target prefissato :

-  = non raggiungimento dell'obiettivo (<60%);
-  = parziale raggiungimento dell'obiettivo (>60% e <80%);
-  = raggiungimento dell'obiettivo (>80%)

1.3.1 La Vision e le Aree strategiche

La CCIAA di Prato ha dato avvio alla formazione della politica di mandato, partendo dalla propria Missione Istituzionale e inquadrando la stessa nel contesto economico-sociale in cui è chiamata ad operare nonché nello scenario di sistema cui appartiene definendo in questo modo le proprie linee di intervento.

A tal fine nel pieno rispetto delle funzioni riconosciute agli Enti Camerali dalla Legge 580, la Camera di Prato intende continuare a rafforzare il proprio ruolo di promozione dello sviluppo economico e di gestione di servizi sul territorio, sia attraverso iniziative dirette che mediante il continuo rafforzamento della rete di contatti e relazioni interistituzionali di natura concertativa e convenzionale al quale collegare la programmazione e l'attuazione delle proprie iniziative. Ciò nella consapevolezza che soltanto mediante un'azione sinergica di tutti i soggetti istituzionali operanti sul territorio e delle parti economiche e sociali, è possibile massimizzare i risultati ottenuti.

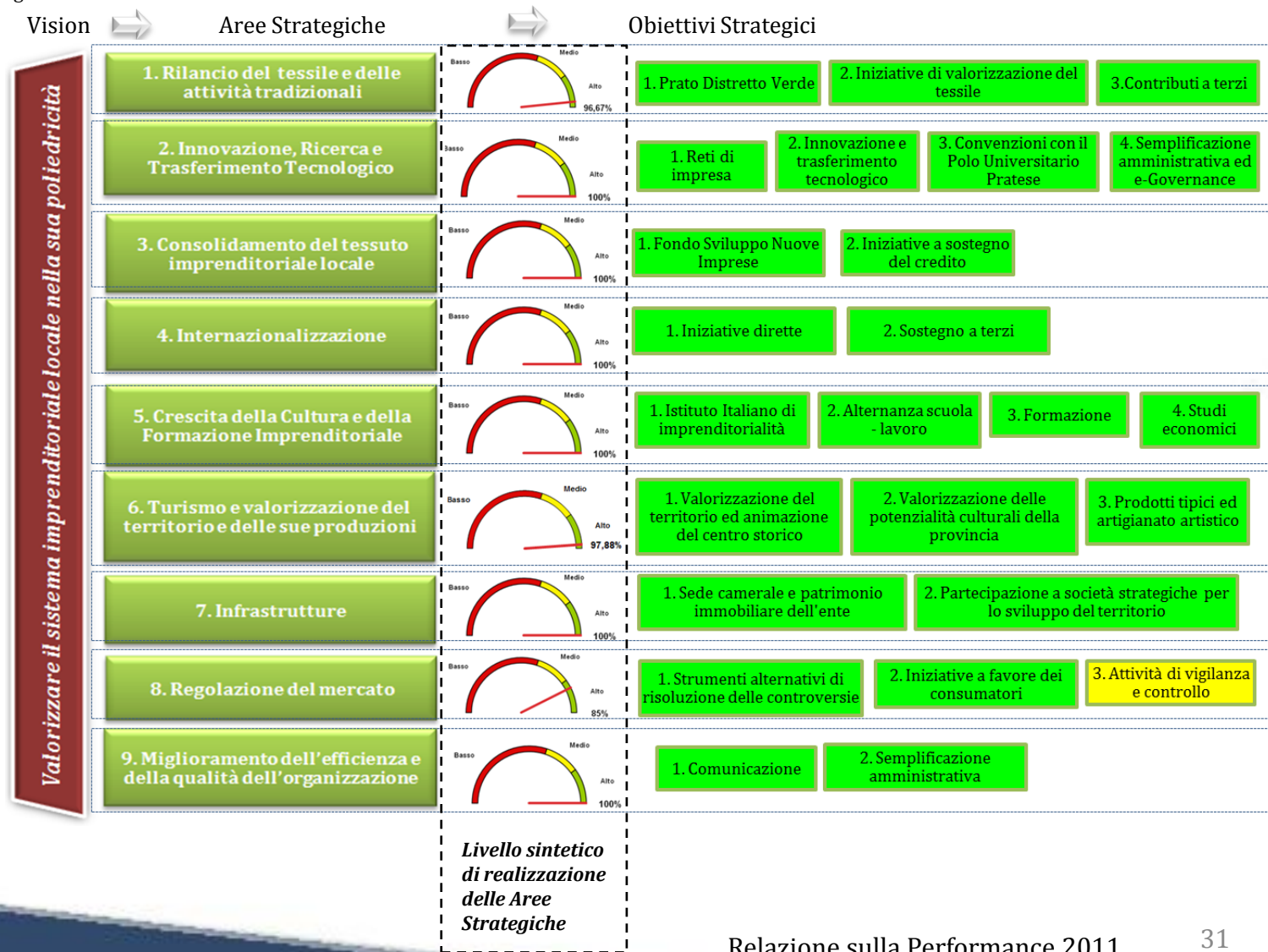
Negli ultimi anni il territorio provinciale pratese è stato investito da numerosi cambiamenti che hanno modificato il panorama nel quale gli imprenditori si trovano ad operare: la prolungata crisi del tessile, il massiccio inserimento di imprenditoria straniera, la riscoperta delle tradizioni enogastronomiche del territorio, diventate strumento di promozione centrale in un mercato sempre più alla ricerca di specificità locali.

Il consumatore oggi non acquista più semplicemente un capo ma attraverso quell'acquisto, si appropria di un'immagine, una suggestione o un'esperienza che solo un territorio può dare. Prato, puntando anche sulla fortunata collocazione al centro della Toscana, può esercitare un forte fascino sull'acquirente, soprattutto valorizzando il tessile "pulito", frutto di importanti investimenti quali quello nell'acquedotto industriale, un'esperienza unica nel panorama mondiale.



1.3.2 I risultati raggiunti

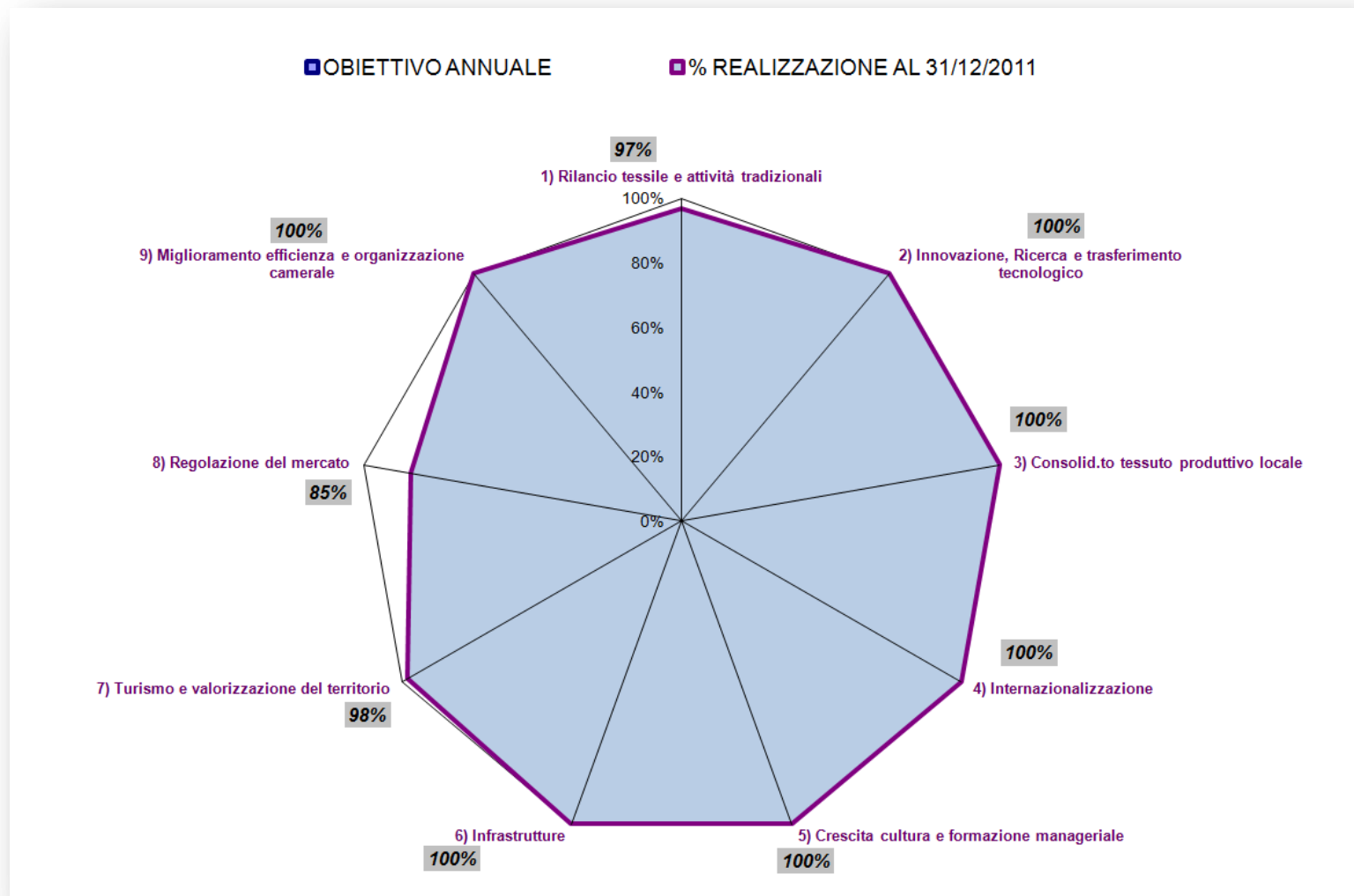
L'albero della performance della CCIAA di Prato, si identifica in una fotografia sintetica della performance conseguita per l'anno 2011, mediante la declinazione della Vision dell'Ente in Aree Strategiche e relativi Obiettivi Strategici. La redazione dell'albero della performance è frutto di una declinazione temporale degli impegni di mandato che, per la CCIAA di Prato, ha avuto avvio nell'anno 2010, pertanto assume carattere di sistematizzazione dei contenuti definiti dapprima nel Programma Pluriennale e, in seguito, nella Relazione Previsionale e Programmatica.





1.3.2 I risultati raggiunti

Di seguito viene riportata una rappresentazione sintetica del grado di raggiungimento degli obiettivi strategici di performance organizzativa rispetto al target fissato in sede di pianificazione

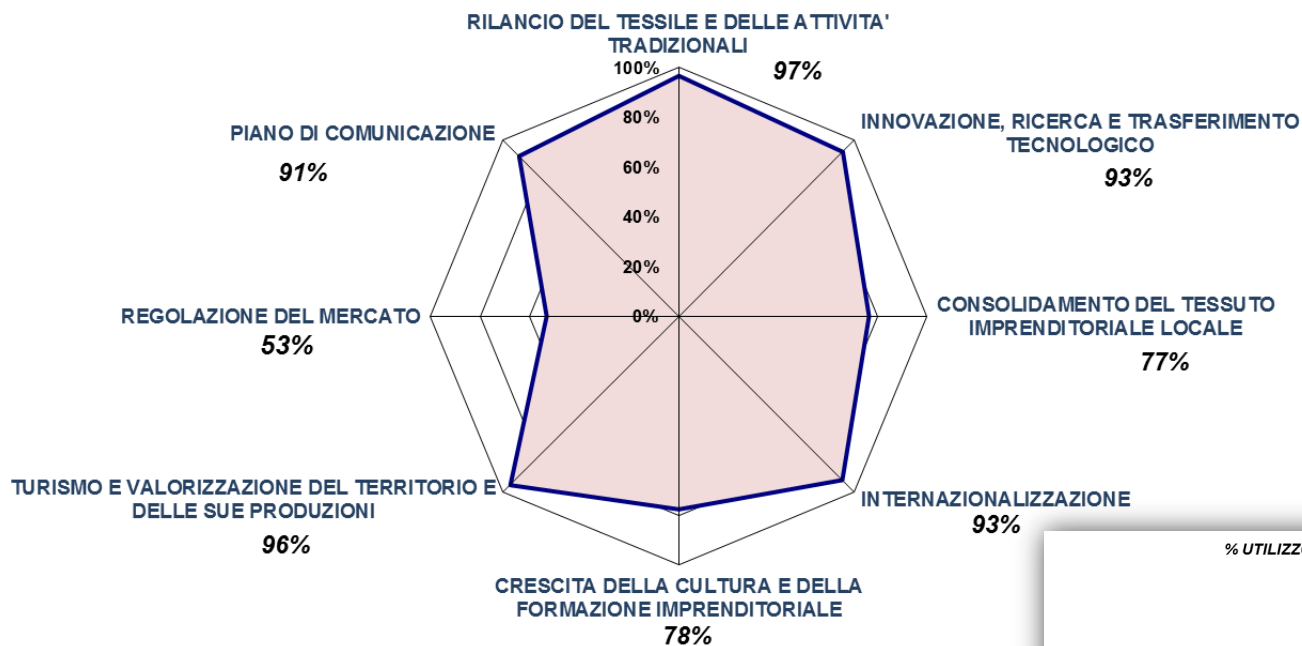




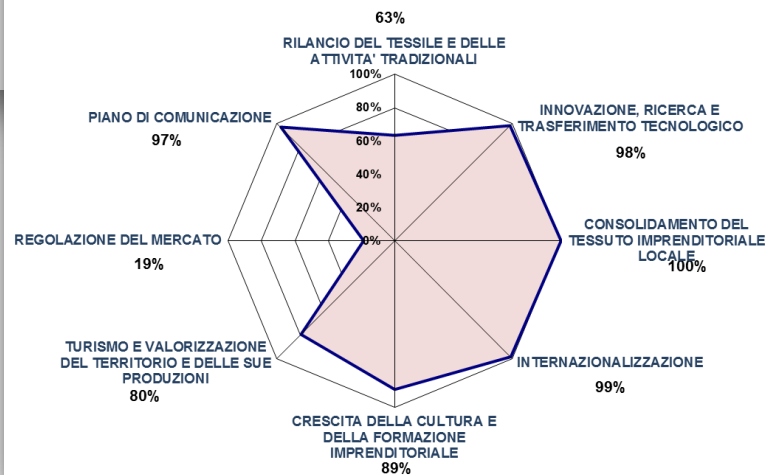
1.3.2 I risultati raggiunti

LA DIMENSIONE FINANZIARIA

% UTILIZZO RISORSE PER SETTORE DI INTERVENTO - ANNO 2011



% UTILIZZO RISORSE PER SETTORE DI INTERVENTO - ANNO 2010





LA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE 2011

Camera di Commercio Prato

2. L' Albero della Performance





2. L' Albero della Performance

La Camera di Commercio di Prato ha delineato il proprio albero della performance secondo una schema logico in grado di rappresentare, anche graficamente, i legami:

Mandato Istituzionale: perimetro nel quale l'amministrazione può e deve operare sulla base delle sue attribuzioni/competenze istituzionali

Mission: ragione d'essere e l'ambito in cui la CCIAA di Prato opera in termini di politiche e di azioni perseguite

Vision: definizione dello scenario a medio e lungo termine da realizzare, attraverso obiettivi strategici, obiettivi operativi ed azioni facendo leva sui tratti distintivi dell'Ente e del Sistema Camerale nel suo complesso

Aree Strategiche: linee di azione in cui vengono idealmente scomposti e specificati il mandato istituzionale, la missione e la visione. L'area strategica può riguardare un insieme di attività, di servizi o di politiche. La definizione delle aree strategiche scaturisce da un'analisi congiunta dei fattori interni e dei fattori di contesto esterno. Rispetto alle aree strategiche sono definiti gli obiettivi strategici, da conseguire attraverso adeguate risorse e piani d'azione.

Obiettivi Strategici: descrizione di un traguardo che l'organizzazione si prefigge di raggiungere per eseguire con successo le proprie aree strategiche.

Obiettivi Operativi - Piani Operativi: dettaglio delle azioni necessarie all'implementazione dei programmi strategici e delle relative modalità (risorse umane, risorse economiche, interventi, ecc).

La Performance Individuale: informazioni sintetiche sul grado di raggiungimento degli obiettivi individuali, garantendo un legame con gli obiettivi strategici della performance organizzativa.





2.1 Gli Obiettivi strategici

Analisi raggiungimento degli obiettivi strategici ripartiti per aree strategiche



Azioni realizzate:
FOR PRATO
Cardato Regenerated Co2 neutral
Sportello CSR
Prima Moda Tessuto

Utilizzazione Budget: € 469.426
(97% del budget assegnato)

Area strategica

1) Rilancio del tessile e delle attività tradizionali		
Obiettivi strategici	Descrizione	% realizzazione dell'Obiettivo Strategico al 31/12/2011
Prato Distretto Verde (FOR PRATO)	Fare di Prato il prototipo di un eco distretto industriale del tessile	94,44%
Iniziative di valorizzazione del tessile (CARDATO REGENERATED CO2 NEUTRAL)	Realizzazione della "Fabbrica del Cardato" nell'ambito dello sviluppo di un turismo legato all'industria	97,78%
Contributi a terzi	Concessione di contributi per la realizzazione di iniziative legate al rilancio del tessile	100,00%

* In allegato: Schede analitiche di obiettivi e indicatori di ente

Il tessile e i suoi sviluppi futuri è stato al centro di un importante lavoro di indagine nel corso del 2011, con la realizzazione del Progetto **For Prato**, promosso dalla Camera di Commercio di Prato e realizzato con il contributo di Toscana Promozione. Scopo dell'indagine, che ha coinvolto **25 aziende** di tessile tradizionale, tessile tecnico, meccanotessile e confezioni, ha cercato di far emergere punti di forza e di debolezza del distretto pratese, per arrivare alla predisposizione di un Action Plan che ha la finalità di traghettare il distretto verso il futuro del settore. Dallo studio, presentato a fine novembre, è emerso che le maggiori potenzialità per il comparto sono legate allo sviluppo del tessile tecnico e ad una parziale riconversione del distretto in questa direzione. E' inoltre emerso che per le aziende che operano nel comparto moda è fondamentale lavorare sull'efficienza del servizio offerto alla clientela e sull'attrazione di giovani creativi che vedano nel nostro distretto un interlocutore privilegiato.

Proprio su questo tema la Camera di Commercio di Prato ha anche presentato un progetto al Ministero dello Sviluppo Economico che nel 2011 ha inserito Prato tra le aree di crisi e ha aperto un tavolo di lavoro per definire una serie di azioni congiunte con il territorio da finanziare per stimolare il rilancio. La Camera di Commercio di Prato ha partecipato attivamente a questo tavolo di lavoro, presentando anche un progetto sul cardato, che valorizzasse il marchio **Cardato Regenerated CO₂ Neutral**. Sulla promozione di questo marchio si sono concentrati gli sforzi dell'ente, che nel 2011 ha promosso anche un concorso, il Made in Cardato Contest, rivolto a giovani creativi, per stimolare nuovi utilizzi del cardato in ambito Fashion e Design. Hanno partecipato 250 creativi provenienti da 37 paesi diversi, grazie ad un'opera di disseminazione sulla rete che ha fatto conoscere il cardato ad un pubblico più ampio.

Si è inoltre consolidata l'attività dello **Sportello CSR**, un servizio nato per promuovere le certificazioni aziendali e i percorsi di qualità come opportunità di crescita per le imprese. Nel 2011 sono state organizzate iniziative formative ed è stata fatta una mappatura delle aziende certificate che operano sul territorio. Inoltre si è partecipato attivamente anche al comitato di lavori per il riconoscimento dell'Emas di distretto.



2.1 Gli Obiettivi strategici

Analisi raggiungimento degli obiettivi strategici ripartiti per aree strategiche



Azioni realizzate:
 Reti di impresa
 Progetto di rete per il trasferimento tecnologico
 Bando per le certificazioni
 PIN
 Revisual
 Protocollo WI FI

**Utilizzazione Budget: € 238.191
 (93% del budget assegnato)**

Area strategica		
2) Innovazione, Ricerca e trasferimento tecnologico		
Obiettivi strategici	Descrizione	% realizzazione dell'Obiettivo Strategico al 31/12/2011
Reti di impresa	Promozione e diffusione di questo modello di business (manovra estiva 2010)	
Innovazione e trasferimento tecnologico	Sostegno alle imprese che avvieranno iniziative di certificazione volontaria	100,00%
Convenzioni con il Polo Universitario Pratese	Prosecuzione del finanziamento di due cattedre presso il Polo Universitario Pratese	100,00%
Semplificazione amministrativa ed e-governance	Promozione di forme semplificate di comunicazione con amministrazioni pubbliche ed utenti con particolare riferimento all'avvio di attività economiche	100,00%

* In allegato: Schede analitiche di obiettivi e indicatori di ente

Stimolare l'innovazione, creare occasioni di condivisione di idee e di contaminazione tra imprese del territorio, utilizzare la rete e i nuovi strumenti di comunicazione per veicolare un'immagine più moderna del territorio.

Nel corso del 2011 la Camera di Commercio di Prato si è impegnata in questa direzione, avviando anche un percorso di riflessione sulle nuove competenze attribuite dalla riforma della legge 580 che attribuisce al sistema camerale competenze in tema di sostegno all'innovazione e al trasferimento tecnologico.

In quest'ottica la Provincia e la Camera di Commercio di Prato hanno stipulato un Protocollo d'Intesa per la collaborazione nell'ambito di un progetto di una rete WiFi federata, con lo scopo di stimolare l'accesso gratuito a Internet con l'utilizzo delle tecnologie WiFi. Un modo per veicolare un'immagine più qualificata del territorio all'esterno e per offrire alle aziende la possibilità di entrare in contatto con le potenzialità della rete, anche come servizio da offrire alla propria clientela. La Camera di Commercio ha promosso un bando per la distribuzione di alcuni access point alle imprese, ottenendo un riscontro interessante.

Sul versante della promozione delle reti d'impresa, sono state promosse alcune iniziative di sensibilizzazione, anche in collaborazione con istituti di credito che operano sul territorio, cercando di stimolare la conoscenza di questo strumento e di valutarne l'applicabilità alla filiera tessile.

E' inoltre proseguito il sostegno all'attività di ricerca del PIN e dell'UNIFI, attraverso il cofinanziamento - insieme con UIP e Fondazione Cariprato - di alcune cattedre universitarie del polo accademico pratese, cercando di sensibilizzare la struttura universitaria ad aprirsi maggiormente alle imprese del territorio, per creare anche occasioni di crescita per l'intero sistema imprenditoriale.



2.1 Gli Obiettivi strategici

Analisi raggiungimento degli obiettivi strategici ripartiti per aree strategiche



Azioni realizzate:
Sostegno ai Confidi
Fondo Sviluppo Nuove Imprese
Fondo Santo Stefano
Protocollo Cineporto

Utilizzazione Budget: € 223.919
(77% del budget assegnato)

Area strategica

3) Consolidamento del tessuto produttivo locale

Obiettivi strategici	Descrizione	% realizzazione dell'Obiettivo Strategico al 31/12/2011
Fondo Sviluppo Nuove Imprese	Sostegno all'avvio di nuove imprese innovative e supportare quelle già esistenti che intendono sviluppare nuovi processi o prodotti	100,00%
Iniziative a sostegno del credito	Interventi a sostegno del credito per le PMI anche tramite il sistema dei Confidi	100,00%

* In allegato: Schede analitiche di obiettivi e indicatori di ente

Creare nuove imprese, accompagnare quelle esistenti in percorsi di crescita, agevolare l'incontro tra mondo del credito e sistema imprenditoriale. Nel corso del 2011 la Camera di Commercio di Prato si è impegnata molto in questa direzione, anche per dare una risposta al disagio manifestato dalle imprese del territorio, che hanno dovuto fare i conti con una crisi generalizzata e con una stretta creditizia che è spesso di ostacolo a processi di crescita delle imprese

Per questo è stato importante far entrare nella sua operatività il **Fondo Sviluppo Nuove Imprese**, finalizzato ad agevolare la creazione di nuova imprenditoria mediante l'acquisizione di partecipazioni temporanee e di minoranza nel capitale di rischio di nuove imprese innovative o ad alto potenziale di crescita. Nel corso del 2011 sono state due le operazioni concluse, con l'azienda MTE Italia srl e con Enatek Srl. E' stato inoltre avviata una nuova sessione di scouting per individuare altre idee di impresa dal potenziale innovativo che possano essere interesse del Fondo.

Sempre in materia di credito, è stato avviato un percorso di concertazione con i soggetti promotori del progetto "**Fondo Santo Stefano**", iniziativa di microcredito che prevede la costituzione di un fondo di garanzia il cui funzionamento è regolato da una convenzione promossa da Fondazione Cariprato, UCID e Banca Area Pratese. Nel corso del 2011 la Camera ha valutato l'iniziativa e le modalità di una eventuale partecipazione, che si è concretizzata nel corso del 2012.

L'aumento di capitale di Fidi Toscana, a cui si era ipotizzato di partecipare tramite l'Unioncamere Toscana, non si è concretizzato.

Nel 2011 è stato inoltre siglato con la Provincia di Prato e la Fondazione Sistema Toscana un Protocollo d'Intesa per la costituzione di un **Cineporto** dell'area pratese. L'idea è nata dall'opportunità di individuare nuove filiere produttive, promuovendo una struttura che possa offrire alle imprese del settore la possibilità di trovare spazi, opportunità e servizi adeguati e quindi di crescere, innescando un processo virtuoso di sviluppo con una ricaduta importante sulle attività economiche della provincia. E' stato pertanto ritenuto necessario, in via preliminare, procedere all'individuazione dell'immobile da destinare a Cineporto; a tale scopo, la Camera di Commercio ha emanato un avviso esplorativo, in seguito al quale sono state presentate dodici manifestazioni d'interesse. Al termine dell'istruttoria, nessuna delle domande pervenute è stata ritenuta in possesso dei requisiti richiesti, il che ha determinato la necessità di procedere ad ulteriori ricerche.



2.1 Gli Obiettivi strategici



Analisi raggiungimento degli obiettivi strategici ripartiti per aree strategiche

Aiutare le imprese a individuare nuove opportunità sui mercati internazionali, ma anche fornire loro gli strumenti per trovare nuovi partner commerciali e per intrattenere relazioni proficue. E' questa l'impostazione del lavoro svolto nel corso del 2011 dalla Camera di Commercio di Prato sul fronte dell'internazionalizzazione, anche grazie all'esperienza maturata negli anni precedenti e forti di un interesse sempre maggiore di imprese e associazioni di categoria verso nuovi mercati, dove le relazioni sono ancora da costruire.

Azioni realizzate:

Rethinking the Product
Follow up Giappone
La Dolce Vita - Londra

Bandi contributi alle imprese e ai gruppi coordinati per la partecipazione a mostre e fiere
ITMA - Barcellona
Opera Italia
Ciclo di seminari formativi
Incoming e delegazioni estere

Utilizzazione Budget: € 897.602
(93% del budget assegnato)

Nel corso del 2011 è stata promossa la quarta edizione del progetto **Rethinking the product**, che ha l'obiettivo di stimolare e assistere un selezionato gruppo di aziende nella sperimentazione e nell'innovazione di prodotto attraverso l'aggregazione e la contaminazione fra settori diversi e la ricerca di nuove destinazioni d'uso. Assistite da un gruppo di giovani designer, le aziende partecipanti al progetto hanno realizzato i loro prototipi, che sono poi stati presentati a Londra alla fiera 100% Design (22-25 settembre) ed esposti, poi, in ciascuna delle tre province aderenti al progetto, rendendo così particolarmente visibili le aziende che hanno partecipato all'iniziativa.

Il livello qualitativo raggiunto dal progetto Rethinking the Product è stato anche valorizzato con l'ottenimento del premio della Commissione Europea nell'ambito degli **"European Enterprises Awards"**. Il progetto camerale è stato selezionato nella categoria "Supporting the Internationalisation of Business" ed è stato premiato nell'ambito di una cerimonia che si è svolta il 24 maggio 2011 a Budapest.

Per testare le opportunità offerte dal mercato russo, con una iniziativa stabile, che permettesse di creare una rete di contatti che le imprese del settore arredo casa e design innovativo potessero utilizzare per aprire nuovi canali, la Camera di Commercio di Prato ha realizzato il progetto **"Opera Italia"**. Si tratta di una iniziativa complessa, che prevedeva l'apertura di uno showroom temporaneo all'interno del MOD Design Center di Mosca, presidiato da personale specializzato e allestito con una selezione di oggetti di aziende diverse ma che garantissero una presentazione e uno stile omogeneo.

Per il terzo anno consecutivo la Camera di Commercio ha lavorato per consolidare la presenza delle aziende pratesi sul **mercato giapponese**, attraverso l'organizzazione di una serie di incontri d'affari, seminari tecnici sulle tendenze moda e performance moda, il tutto organizzato in sinergia con il progetto "Feel the yarn" di Toscana Promozione. Inoltre, si è consolidato anche lo stretto rapporto di collaborazione con il Bunka Fashion College che, in occasione della sfilata di metà anno, ha realizzato creazioni molto interessanti con tessuti e filati offerti dalle aziende del distretto pratese. Nel 2011 il workshop per gli imprenditori giapponesi ha coinciso con la sfilata del Bunka realizzata con prodotti pratesi e questo ha permesso agli imprenditori italiani di prendere parte ad entrambi gli appuntamenti, mostrando un notevole apprezzamento.

Anche nel 2011 la Camera di Commercio ha organizzato un **ciclo di seminari** per l'internazionalizzazione, in collaborazione con Toscana Promozione e Unioncamere Toscana, per accrescere le competenze degli imprenditori su temi specifici. In particolari si sono concentrati su contrattualistica internazionale, normativa doganale ed approfondire gli aspetti tecnici legati ai pagamenti ed ai trasporti internazionali.

Ogni quattro anni si svolge in città sempre diverse **ITMA**, la più grande fiera mondiale del meccanotessile. Per stimolare l'aggiornamento degli operatori del settore tessile e supportare le imprese che operano nel meccanotessile a presentarsi in maniera adeguata a un appuntamento così strategico per il settore, la Camera ha ideato, di concerto con le associazioni di categoria e del tessile, azioni collaterali di promozione della presenza in fiera degli oltre 30 produttori pratesi, nonché azioni di supporto per le categorie artigiane che nell'appuntamento quadriennale di ITMA investono in termini di opportunità di aggiornamento per i propri imprenditori.

Sempre sul mercato anglosassone, che è molto sensibile allo stile italiano, la Camera di Commercio di Prato, insieme ad altre Camere toscane, ha partecipato alla fiera **La Dolce Vita** (10/13 marzo) a Londra. La manifestazione londinese si propone come ideale momento di incontro tra offerta italiana di qualità e domanda inglese di ricerca di prodotti di nicchia non ancora commercializzati sul territorio del Regno Unito. La Camera ha organizzato una degustazione tecnica di una selezione di vini di Carmignano.

Area strategica		
4) Internazionalizzazione		
Obiettivi strategici	Descrizione	% realizzazione dell'Obiettivo Strategico al 31/12/2011
Iniziativa dirette	Organizzazione di missioni e di incoming di operatori esteri a supporto delle esigenze delle imprese del territorio	100,00%
Sostegno a terzi	Interventi a sostegno della partecipazione delle imprese a mostre e fiere in Italia ed all'estero	100,00%

* In allegato: Schede analitiche di obiettivi e indicatori di ente



2.1 Gli Obiettivi strategici



Analisi raggiungimento degli obiettivi strategici ripartiti per aree strategiche

Azioni realizzate:
Istituto Italiano Imprenditorialità
Alternanza Scuola Lavoro
Bando Formazione
Studi economici

Utilizzazione Budget: € 178.647
(78% del budget assegnato)

Area strategica		
5) Crescita della cultura e della formazione manageriale		
Obiettivi strategici	Descrizione	% realizzazione dell'Obiettivo Strategico al 31/12/2011
Istituto Italiano di imprenditorialità	Creazione di un centro di ricerca, formazione e supporto per le nuove generazioni di imprenditori, potenziali e già attivi	
Alternanza scuola - lavoro	Favorire le dinamiche di incontro tra domanda ed offerta di lavoro mediante l'immersione di professionalità necessarie allo sviluppo della competitività delle imprese	100,00%
Formazione	Supporto ad istituti di formazione e realizzazione di iniziative dirette	
Studi economici	Costante e continua produzione di informazioni ed indicatori di natura quali - quantitativa sui principali aspetti congiunturali della provincia	100,00%

* In allegato: Schede analitiche di obiettivi e indicatori di ente

Accrescere il livello di competenze degli imprenditori del territorio, non solo su tematiche specifiche e di settore, ma anche su temi generali attinenti alla gestione d'impresa, per creare le condizioni necessarie alla creazione di un tessuto imprenditoriale sempre più capace competitivo. In questa direzione la Camera di Commercio di Prato nel 2011 si è mossa con impegno, anche con iniziative che stimolino nei giovani la vocazione imprenditoriale.

L'**Istituto Italiano di Imprenditorialità**, un'idea nata all'interno dell'ente e mirata alla creazione di un percorso formativo di alto livello mirato agli aspiranti imprenditori e agli imprenditori che avessero voglia di fare un salto in avanti, è diventato un progetto di livello nazionale. Grazie infatti ad un percorso di accompagnamento del progetto cercando di coinvolgere prima il sistema camerale a livello regionale e poi quello nazionale, l'iniziativa è stata accolta con interesse dall'Istituto Tagliacarne che nell'autunno 2012 lancerà un Master di alto livello proprio su questo tema, un progetto che è stato realizzato con la supervisione della Camera di Commercio di Prato.

Per avvicinare i giovani alle sfide imprenditoriali, anche la Camera di Commercio di Prato ha aderito al progetto nazionale di **Alternanza Scuola Lavoro**, con un'attività di promozione presso le scuole e il mondo imprenditoriale e associativo del territorio di modalità di apprendimento alternative, rispetto ai classici percorsi di studio in aula. L'attività svolta ha portato alla partecipazione, nell'anno scolastico 2010/2011, di una scuola secondaria superiore (Istituto professionale Marconi) al progetto "Impresa in Azione" mentre, per quanto riguarda la modalità di apprendimento in alternanza scuola/lavoro sono state raccolte le adesioni di cinque istituti superiori di secondo grado (per un totale di sei classi e circa 150 studenti) che si prevede parteciperanno all'iniziativa promossa dalla Camera nell'anno scolastico 2011/2012.

Sul versante degli **Studi Economici**, la Camera di Commercio di Prato ha confermato la propria attenzione all'analisi delle dinamiche imprenditoriali all'interno del territorio e allo studio di temi specifici che rendano possibile interpretare i fenomeni in atto. E' stato elaborato e realizzato il rapporto sulla situazione economica provinciale, presentato in occasione dell'8° Giornata dell'Economia organizzata in collaborazione con le Camere di Commercio di Firenze e Pistoia; sono state realizzate, in stretto raccordo con le categorie presenti sul territorio, due rilevazioni congiunturali sul settore tessile/abbigliamento; si è proceduto alla consueta rilevazione annuale sulla consistenza dell'imprenditoria extracomunitaria in provincia, con particolare riferimento a quella di origine cinese; è stata realizzata, in collaborazione con l'Unione Industriale e l'Università di Firenze, l'indagine sui bilanci delle aziende pratesi.



2.1 Gli Obiettivi strategici

Analisi raggiungimento degli obiettivi strategici ripartiti per aree strategiche



Azioni realizzate:

Centro storico; Premio Santo Stefano
Mostra Andrea Martinelli; Museo del Tessuto
Fondazione Datini; Vinitaly e Sol
IGP biscotto di Prato; Fiera Campionaria
Padova; Vetrina Toscana
Fiera di San Giuseppe; Oleum Nostrum
Attività propedeutica alla stipula del protocollo
per la realizzazione del Ponte Manetti

Utilizzazione Budget: € 506.292
(96% del budget assegnato)

Area strategica

6) Turismo e valorizzazione del territorio		
Obiettivi strategici	Descrizione	% realizzazione dell'Obiettivo Strategico al 31/12/2011
Valorizzazione del territorio ed animazione del centro storico	Partecipazione all'organizzazione ed alla realizzazione di iniziative di valorizzazione del territorio	100,00%
Valorizzazione delle potenzialità culturali della provincia	Valorizzazione del sistema culturale pratese per consolidare l'immagine della città nello scenario nazionale ed internazionale	100,00%
Prodotti tipici ed artigianato artistico	Partecipazione ad iniziative di valorizzazione del settore	96,47%

* In allegato: Schede analitiche di obiettivi e indicatori di ente

Promuovere il territorio, le sue potenzialità, le sue produzioni: tutte azioni che la Camera di Commercio di Prato sta portando avanti con impegno da anni, con una serie di azioni che hanno portato ad acquisire una coscienza sempre maggiore del territorio come di una meta turistica di interesse, sia per la sua posizione strategica, che per le sue eccellenze.

In quest'ottica si è voluto promuovere la valorizzazione e animazione del **centro storico**, il cuore del territorio, che negli ultimi mesi ha dovuto fare i conti con una forte crisi di immagine, anche legata alla crisi economica, che ha avuto riflessi anche sull'attrattività commerciale dell'area. Per questo è stato concertato un piano di iniziative con le associazioni di categoria che hanno realizzato un calendario di eventi che ha animato le vie del centro non solo in occasione delle festività natalizie, ma durante tutto l'anno.

Per valorizzare le potenzialità culturali del territorio, la Camera di Commercio di Prato ha potenziato il proprio impegno nella **Fondazione Museo del Tessuto** per sostenere questa importante struttura in un momento particolarmente delicato, legato sia all'apertura dei nuovi spazi espositivi, sia al disimpegno di soci importanti. Sempre nell'ottica della valorizzazione delle potenzialità culturali, la Camera ha mantenuto il proprio impegno all'interno della **Fondazione Datini**, un'eccellenza nel campo degli studi economici, che ogni anno attira decine di studiosi del periodo medievale in città. Infine per valorizzare anche la cultura contemporanea, la Camera ha ritenuto importante sostenere la mostra di **Andrea Martinelli** presso la sede del Museo Pecci di Milano, un evento di livello internazionale che ha dato grande visibilità a questo artista locale e alla città.

Sul versante della promozione dei prodotti tipici, la Camera ha portato avanti il proprio impegno innanzitutto per la promozione del vino di Carmignano e dell'olio prodotto sul territorio. Nascono così iniziative come la partecipazione a manifestazioni di livello internazionale come il **Vinitaly** e il **SOL**, entrambi a Verona. Inoltre, in collaborazione con la Provincia e i Comuni del territorio, è stato riproposto anche il concorso per gli oli extravergini della provincia **Oleum Nostrum**, una manifestazione che ha l'obiettivo di far emergere l'eccellenza del territorio in questo campo.

La Camera ha aderito anche al programma integrato di interesse regionale "Vetrina Toscana". Si tratta di un intervento di promozione dei prodotti regionali di qualità e del commercio alimentare di vicinato, che nel corso del 2011 ha dato vita ad un calendario di iniziative di animazione che hanno valorizzato le strutture aderenti.

La Camera ha portato avanti, inoltre, il proprio impegno per il **riconoscimento della IGP al Biscotto di Prato**, sostenendo gli oneri per la realizzazione del disciplinare e predisponendo tutta la documentazione di accompagnamento.

Nel corso del 2011 sono inoltre avviati i contatti con la Provincia e i Comuni di Poggio a Caiano e di Prato che hanno portato alla stipula del protocollo d'intesa (marzo 2012) per la ristrutturazione del **Ponte Manetti**, collocato all'interno delle Cascine di Tavola, destinato a valorizzare la parte del parco confinante con il Comune di Poggio a Caiano, anche con l'allungamento della pista ciclabile.



2.1 Gli Obiettivi strategici



Analisi raggiungimento degli obiettivi strategici ripartiti per aree strategiche

Azioni realizzate:

Sede camerale
Valorizzazione area Viale Montegrappa
partecipazioni strategiche

Area strategica

7) Infrastrutture		
Obiettivi strategici	Descrizione	% realizzazione dell'Obiettivo Strategicoal 31/12/2011
Sede camerale e patrimonio immobiliare dell'ente	Prosecuzione dei lavori per la realizzazione della nuova sede camerale e valorizzazione del restante patrimonio	100,00%
Partecipazione a società strategiche per lo sviluppo del territorio	Mantenimento delle quote di partecipazione ed eventuali nuovi investimenti nell'interesse dell'area pratese	100,00%

* In allegato: Schede analitiche di obiettivi e indicatori di ente

Monitorare le **partecipazioni strategiche** per il territorio, soprattutto quelle in tema infrastrutturale, tenuto anche conto del ruolo assegnato su questi temi dalla legge al sistema camerale. Nel corso degli anni la Camera di Commercio di Prato non si è mai sottratta al proprio impegno in questa direzione, garantendo la sua presenza all'interno delle principali infrastrutture di area metropolitana che possono essere ritenute strategiche per lo sviluppo del territorio.

In un momento così importante per l'area, dove sono in gioco importanti progetti di rilancio, l'attenzione della Camera di Commercio sugli sviluppi di alcune partite è stato molto impegnativo. Solo per citare due esempi, l'aeroporto di Firenze, con il progetto di realizzazione della nuova pista; l'Interporto che, terminata la fase di dotazione delle strutture, deve adesso passare alla fase di posizionamento sul mercato.

Al termine di una riflessione su come valorizzare il patrimonio disponibile dell'Ente, è stata accolta la proposta del Centro per l'arte contemporanea Luigi Pecci di ospitare nel terreno di **Viale Montegrappa** un'opera 'arte estremamente rappresentativa della sua collezione permanente, la *Exegi Monumentum Aere Perennium* di Anne e Patrick Poirier. L'opera è esposta nel terreno dal dicembre 2011.

Sono inoltre proseguiti i lavori per la realizzazione della **sede camerale**, un'operazione importante, che la Camera monitora con attenzione e con grande impegno. Un impegno che nel 2011 è stato profuso anche nella direzione di fare dell'edificio un esempio di architettura sostenibile, utilizzando le più moderne tecnologie che garantissero l'ecoefficienza della struttura. Uno sforzo che porterà la sede camerale ad essere uno dei primi edifici sul territorio regionale ad avere queste caratteristiche, con la ricaduta positiva al quale questa attenzione potrebbe portare.



2.1 Gli Obiettivi strategici

Analisi raggiungimento degli obiettivi strategici ripartiti per aree strategiche



Azioni realizzate:

Conciliazione e mediazione
Tutela dei consumatori
Progetto MID
Protocollo d'intesa sulla vigilanza del mercato

Utilizzazione Budget: € 53.734
(52% del budget assegnato)

Area strategica

8) Regolazione del mercato		
Obiettivi strategici	Descrizione	% realizzazione dell'Obiettivo Strategico al 31/12/2011
Strumenti alternativi di risoluzione delle controversie	Attuazioni delle novità introdotte dal d. lgs. 28/2010 e dal DM 180/2010 in materia di mediazione finalizzata alla conciliazione	96,43%
Iniziative a favore dei consumatori	Consolidamento delle iniziative di regolazione del mercato a tutela dei consumatori	100,00%
Attività di vigilanza e controllo	Potenziamento delle attività di vigilanza e controllo previste dal Protocollo sottoscritto con il Ministero dello Sviluppo Economico e da Unioncamere	69,83%

* In allegato: Schede analitiche di obiettivi e indicatori di ente

E' nell'abito della regolazione del mercato che il sistema camerale negli ultimi anni è stato chiamato a svolgere un ruolo sempre più importante. In questo ambito sono infatti andate ad inserirsi nuove competenze, in molti casi affidate dal Ministero proprio alla rete del sistema camerale.

Una delle novità di maggiore impatto riguarda sicuramente la **mediazione**. Nel 2011 è infatti entrata in vigore la nuova normativa in materia, finalizzata all'attivazione del procedimento di conciliazione delle controversie civili e commerciali, in una serie di materie, pena la non procedibilità presso l'autorità giurisdizionale ordinaria. La Camera ha provveduto a formare un elenco di mediatori, da cui attingere per lo svolgimento della propria attività, con un apposito bando. Nel corso del 2011 ha poi predisposto il Regolamento di mediazione e tutti gli atti necessari a rendere funzionante il servizio.

Nel corso del 2011 è proseguita l'attività di vigilanza oggetto del **Protocollo d'Intesa sulla vigilanza del mercato**, siglato fra Unioncamere e Ministero dello Sviluppo Economico nel 2009 e definita più nel dettaglio nella Convenzione stipulata tra Unioncamere e Camera di Commercio di Prato nel 2010. L'ufficio ha svolto le ispezioni concordate, provvedendo ai dovuti accertamenti.

Nel 2011 è anche proseguito il lavoro di promozione di iniziative finalizzate alla **tutela dei consumatori**, tramite l'operatività dell'apposito sportello che ha portato avanti l'attività di informazione con la predisposizione di una serie di guide per i consumatori su tematiche specifiche attinenti la vita quotidiana. Le guide che vengono pubblicate solo sugli strumenti multimediali, hanno riscosso un notevole interesse.



2.1 Gli Obiettivi strategici

Analisi raggiungimento degli obiettivi strategici ripartiti per aree strategiche



Azioni realizzate:

Attivazione di nuovi canali di comunicazione:
social network
Diffusione di informazione su podcast
Rivista trimestrale Pratoreview
Mediazione culturale

Utilizzazione Budget: € 137.670
(91% del budget assegnato)

Area strategica

9) Miglioramento dell'efficienza e dell'organizzazione camerale		
Obiettivi strategici	Descrizione	% realizzazione dell'Obiettivo Strategico al 31/12/2011
Comunicazione	Realizzazione del piano di comunicazione dell'ente	100,00%
Semplificazione amministrativa		100,00%

* In allegato: Schede analitiche di obiettivi e indicatori di ente

Utilizzare i nuovi strumenti di comunicazione per far conoscere l'attività dell'ente a un pubblico sempre più ampio, in grado di interagire con le nuove tecnologie: è stato questo l'impegno per il 2011 per il miglioramento dell'attività di comunicazione dell'ente. Sono infatti stati attivati i canali Facebook e Twitter, costantemente aggiornati, che rappresentano uno strumento molto efficace di contatto con il pubblico. Si è inoltre proseguito con la trasmissione settimanale "Obiettivo Impresa", che viene pubblicata sia su youtube che in podcast. La familiarità con gli strumenti di comunicazione innovativa è anche un modo per dare dell'ente un'immagine più attuale.

L'attività di comunicazione è stata anche di supporto per la realizzazione delle iniziative che hanno una ricaduta verso l'esterno, con un contributo sia nella promozione degli eventi che nella realizzazione del materiale necessario.

Inoltre la Camera di Commercio di Prato segue la rivista trimestrale Pratoreview, una vetrina per il territorio di grande interesse, come dimostra l'affluenza che si riscontra in occasione delle iniziative di presentazione di ogni numero.

E' stata portata avanti l'esperienza del mediatore culturale in lingua cinese e araba, un servizio molto utilizzato che agevola il dialogo tra l'imprenditoria straniera e l'ente.

Nel 2011 è stata inoltre realizzata l'indagine sulla soddisfazione degli utenti che ha fornito spunti interessanti per il miglioramento dei servizi, anche se ha evidenziato un alto livello di soddisfazione sui servizi offerti.

In occasione del 150^o dell'Unità d'Italia Unioncamere ha lanciato l'idea di realizzare un Registro delle **Imprese Storiche**, raccogliendo le candidature spontanee delle imprese più antiche che operano a livello nazionale. Al termine di questo lavoro, le 150 ritenute più rappresentative sono state oggetto di una premiazione a Roma. Anche la Camera di Commercio di Prato si è impegnata per valorizzare le imprese più longeve, raccogliendo diverse candidature. Le imprese sono state premiate a livello locale e due di queste sono anche state premiate a livello nazionale.



2.2 Il Cascading per aree strategiche: dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi ed individuali



1) Rilancio del tessile e delle attività tradizionali			
Azione	Area Organizzativa	Progetto	% real.ne PESATA
Prato Distretto Verde (PRIORITARIO)	SEGRETARIO GENERALE E UFFICI IN STAFF, SETTORE ANAGRAFICO E REGOLAZIONE DEL MERCATO	Promuovere e rilanciare l'immagine del distretto industriale pratese	97%
Responsabilità sociale d'impresa (PRIORITARIO)		Percorsi formativi e di sensibilizzazione per le imprese pratesi	100%
2) Innovazione, Ricerca e trasferimento tecnologico			
Azione	Area Organizzativa	Progetto	% real.ne PESATA
Semplificazione Amministrativa ed e-governance (PRIORITARIO)	SEGRETARIO GENERALE E UFFICI IN STAFF, SETTORE ANAGRAFICO E REGOLAZIONE DEL MERCATO	Sportello Telematico della Comunicazione Unica	100%
Innovazione e trasferimento tecnologico	SVILUPPO IMPRESE E TERRITORIO	Progetto "trasferimento tecnologico, innovazione delle PMI e delle filiere produttive, sviluppo sostenibile"	98%
		Consolidamento delle iniziative in materia di diffusione della cultura brevettuale presso le imprese	73%
3) Consolidamento del tessuto produttivo locale			
Azione	Area Organizzativa	Progetto	% real.ne PESATA
Fondo Sviluppo Nuove Imprese (PRIORITARIO)	SVILUPPO IMPRESE E TERRITORIO	Consolidamento Fondo Sviluppo Nuove Imprese	100%
4) Internazionalizzazione			
Azione	Area Organizzativa	Progetto	% real.ne PESATA
Iniziative dirette (PRIORITARIO)	SVILUPPO IMPRESE E TERRITORIO	Rethinking the Product 2011. Laboratorio di innovazione, aggregazione e marketing sui mercati internazionali	100%
		Format Bunka Follow up	100%
		Ciclo di seminari tecnici e workshop	100%
5) Crescita della cultura e della formazione imprenditoriale			
Azione	Area Organizzativa	Progetto	% real.ne PESATA
Alternanza scuola - lavoro	SVILUPPO IMPRESE E TERRITORIO	Realizzazione attività in materia di alternanza scuola lavoro	100%
Studi economici		Prosecuzione delle attività di monitoraggio congiunturale e di analisi dei trends strutturali del sistema economico pratese	100%



2.2 Il Cascading per aree strategiche: dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi ed individuali

6) Turismo e valorizzazione del territorio			
Azione	Area Organizzativa	Progetto	% real.ne PESATA
Prodotti tipici ed artigianato artistico	SVILUPPO IMPRESE E TERRITORIO	Prosecuzione e consolidamento dell'iniziativa regionale "Le botteghe di Vetrina Toscana"	100%
		Sostegno alle attività indirizzate alla promozione delle produzioni tipiche della provincia	100%
7) Infrastrutture			
Azione	Area Organizzativa	Progetto	% real.ne PESATA
Sede camerale e patrimonio immobiliare dell'ente (PRIORITARIO)	SEGRETARIO GENERALE E UFFICI IN STAFF, SETTORE ANAGRAFICO E REGOLAZIONE DEL MERCATO	Lavori per la realizzazione nuova sede camerale	100%
		Ottimizzazione della gestione del patrimonio immobiliare dell'ente sulla base delle indicazioni degli organi politici	85%
8) Regolazione del mercato			
Azione	Area Organizzativa	Progetto	% real.ne PESATA
Iniziativa a favore dei consumatori	SEGRETARIO GENERALE E UFFICI IN STAFF, SETTORE ANAGRAFICO E REGOLAZIONE DEL MERCATO	Tutela dei consumatori: percorso formativo su pratiche commerciali scorrette	100%
		Tutela dei consumatori: completamento e aggiornamento della collana "Manuali del consumatore"	100%
	SVILUPPO IMPRESE E TERRITORIO	Realizzazione attività in materia di monitoraggio tariffe e prezzi	100%
Attività di vigilanza e controllo (PRIORITARIO)	SEGRETARIO GENERALE E UFFICI IN STAFF, SETTORE ANAGRAFICO E REGOLAZIONE DEL MERCATO	Servizi di Metrologia: vigilanza sulle officine autorizzate ad operare sui tachigrafi CEE	100%
	SVILUPPO IMPRESE E TERRITORIO	Completamento progetto Vigilanza e controllo (protocollo d'intesa MISE/Unioncamere)	80%
		Ruolo sanzioni ex art. 27 legge 689/81	100%
Strumenti alternativi di risoluzione delle controversie (PRIORITARIO)	SVILUPPO IMPRESE E TERRITORIO	Revisione apparato normativo della CdC finalizzato all'adeguamento alle novità introdotte in materia di mediazione ex dlgs 28/2010	99%



2.2 Il Cascading per aree strategiche: dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi ed individuali



9) Miglioramento dell'efficienza e dell'organizzazione camerale			
Azione	Area Organizzativa	Progetto	% real.ne PESATA
Comunicazione (PRIORITARIO)	SECRETARIO GENERALE E UFFICI IN STAFF, SETTORE ANAGRAFICO E REGOLAZIONE DEL MERCATO	Indagine di soddisfazione servizi della Camera di Commercio di Prato	100%
	AFFARI GENERALI, AMMINISTRAZIONE E CONTABILITA'	Comunicare all'esterno l'attività svolta dall'Ente a supporto del contesto economico provinciale	100%
		Aggiornamento sito web camerale (PRIORITARIO)	100%
		Tempestività degli interventi di assistenza, della pubblicazione degli aggiornamenti del sito e della protocollazione della corrispondenza	100%
Revisione dei Ruoli (PRIORITARIO)	SECRETARIO GENERALE E UFFICI IN STAFF, SETTORE ANAGRAFICO E REGOLAZIONE DEL MERCATO	Revisione Ruolo dei Periti e degli Esperti	100%
Interventi di miglioramento Registro Imprese e Albo Artigiani		Obbligo PEC per le società	100%
		Tempi di lavorazione pratiche con la COMUNICA	100%
		Procedimenti d'ufficio di cancellazione	100%
		Sostituzione SMART CARD	100%
Migliore Efficienza ed Efficacia		Interventi di miglioramento Servizi di Supporto	100%
Valorizzazione delle risorse umane	AFFARI GENERALI, AMMINISTRAZIONE E CONTABILITA'	Adozione nuovo sistema di valutazione del personale e adeguamento ccdd in conformità alle previsioni del D. Lgs. 150/2009 e s.m.i. (PRIORITARIO)	85%
		Attuazione del programma di formazione 2011 con massima partecipazione del personale destinatario e con rilevazione del grado di soddisfazione	100%
Supporto alla pianificazione finanziaria e alla sostenibilità degli investimenti		Realizzazione di un bilancio pluriennale della Camera di Commercio di Prato con valorizzazione di alcuni indici di solidità patrimoniale e di liquidità (PRIORITARIO)	100%
Semplificazione amministrativa	SVILUPPO IMPRESE E TERRITORIO	Assicurare la celerità dei pagamenti delle fatture	100%
		Assicurare la celerità dell'evasione delle richieste di acquisti e forniture	100%
		Migliorare l'efficienza dei processi grazie all'utilizzo delle ICT	100%
Implementare il ciclo di gestione delle performance	AFFARI GENERALI, AMMINISTRAZIONE E CONTABILITA'	Allineamento bandi per la concessione dei contributi al nuovo sistema informativo CERC	100%
		Assicurare un flusso costante di informazioni alla dirigenza e agli organi di vertice su utilizzo del budget relativo a iniziative promozionali e sui Bandi per l'erogazione dei contributi	100%
Migliorare la riscossione del Diritto Annuale	AFFARI GENERALI, AMMINISTRAZIONE E CONTABILITA'	Adozione dell'applicativo DYNA	100%
		Assicurare una elevata percentuale di riscossione del diritto annuale	97%
		Recupero del tributo dovuto per l'anno 2008 con applicazione delle relative sanzioni e interessi (PRIORITARIO)	100%



LA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE 2011

Camera di Commercio Prato

3. La dimensione economico-finanziaria: risorse, efficienza ed economicità

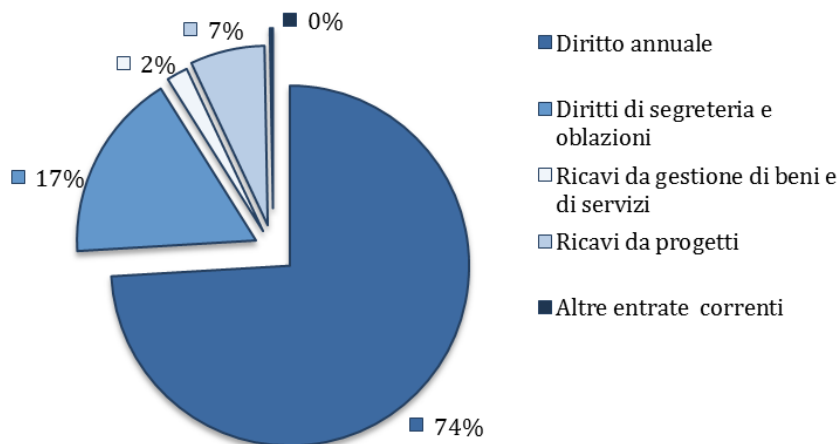


3. La dimensione economico-finanziaria: risorse, efficienza ed economicità

La gestione corrente

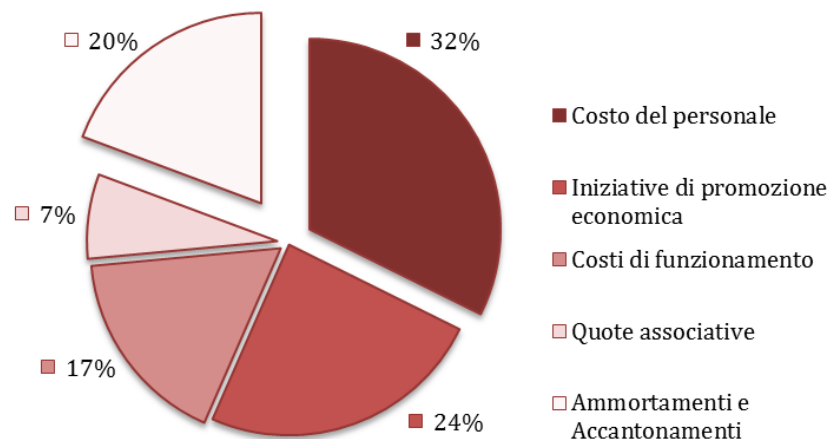
Bilancio d'Esercizio	CCIAA Prato	
PROVENTI	2010	2011
Diritto annuale	7.975.209	8.138.589
Diritti di segreteria e oblazioni	1.890.706	1.869.333
Ricavi da gestione di beni e di servizi	272.999	210.186
Ricavi da progetti	584.572	739.742
Altre entrate correnti	17.536	31.567

Composizione dei proventi della gestione corrente



Bilancio d'Esercizio	CCIAA Prato	
ONERI	2010	2011
Costo del personale	3.692.822	3.602.271
Iniziative di promozione economica	2.256.895	2.705.481
Costi di funzionamento	1.778.786	1.888.078
Quote associative	792.586	797.798
Ammortamenti e Accantonamenti	2.027.400	2.153.299

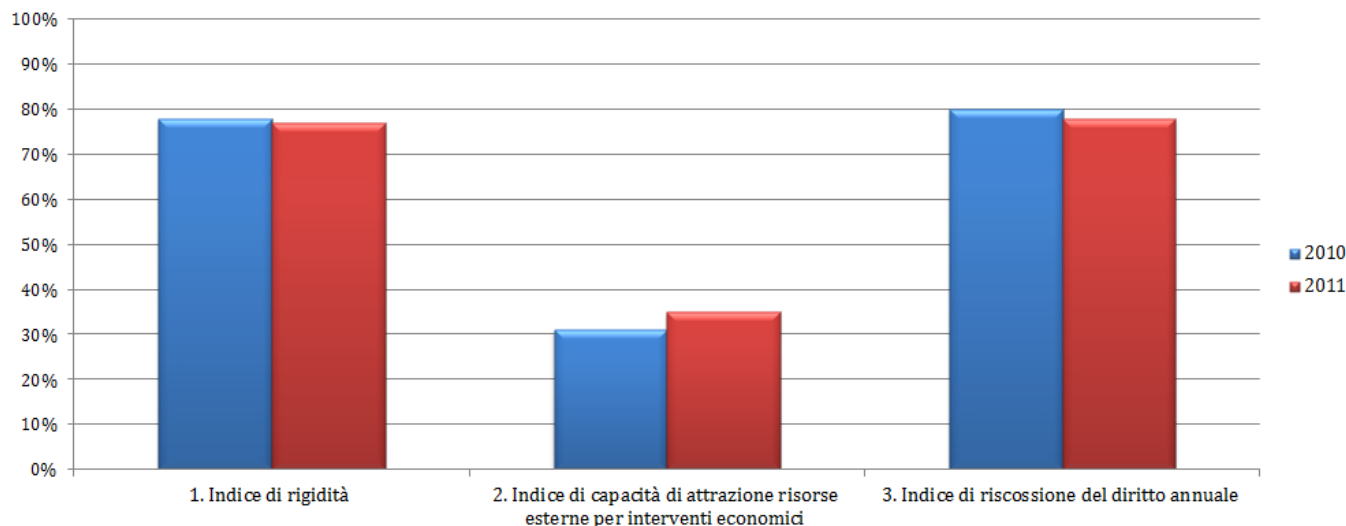
Composizione degli oneri della gestione corrente





3. La dimensione economico-finanziaria: risorse, efficienza ed economicità

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





LA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE 2011

Camera di Commercio Prato

4. La dimensione di genere: pari opportunità e bilancio di genere



4. La dimensione di genere: pari opportunità e bilancio di genere

La CCIAA di Prato ha voluto dare avvio ad un processo di sensibilizzazione degli amministratori e degli stakeholder interni ed esterni sulla questione di genere e sull'impatto diversificato delle politiche:

- ridurre le disuguaglianze di genere attraverso una distribuzione più equa delle risorse,
- promuovere una lettura ed un'analisi del contesto di riferimento e delle diverse esigenze presenti nel tessuto economico-sociale e di rispondere coerentemente ad esse,
- sviluppare dati e statistiche gender sensitive,
- rafforzare il principio di trasparenza e di partecipazione per quanto riguarda la gestione delle risorse collettive e le politiche pubbliche.





4. La dimensione di genere: pari opportunità e bilancio di genere

IL CONTESTO ESTERNO

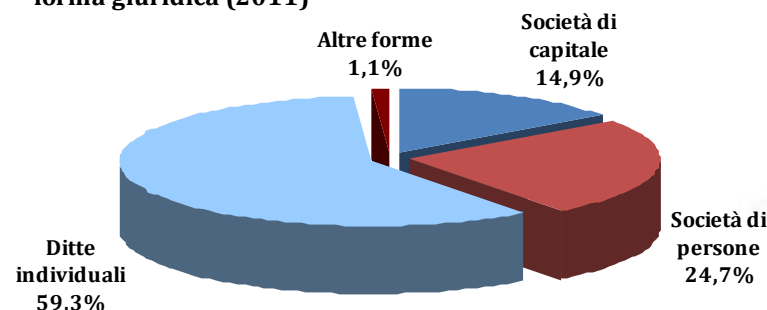
La Camera ha proseguito l'attività di monitoraggio della demografia imprenditoriale femminile mediante la predisposizione di reports statistici a cadenza trimestrale. In particolare sono state analizzati i profili inerenti la consistenza, i flussi di iscrizione e cessazione, la composizione per settore e il grado di partecipazione femminile alla vita dell'impresa, nonché l'incidenza dell'imprenditoria rosa sul totale delle imprese attive in provincia.

PROVINCIA DI PRATO - Consistenza delle imprese femminili attive, percentuale su totale imprese attive (Anno 2011) e var. % 2011/2010

	Totale imprese femm.li attive	% su totale imprese attive	Var.% 2011/2010	Imprenditori e detentori carica per sesso (comp.%) - 2011	
				Maschi	Femmine
AGRICOLTURA E PESCA	155	28,3	-6,1	69,5	30,5
MANIFATTURIERO	2.608	31,4	2,1	66,9	33,1
<i>Tessili</i>	596	25,3	0,7	68,6	31,4
<i>Confezioni</i>	1.658	41,4	2,4	57,5	42,5
Costruzioni	293	6,2	-0,3	89,8	10,2
COMMERCIO	1.895	27,7	2,9	69,9	30,1
<i>Grossisti e intermediari</i>	829	24,0	5,7	74,3	25,7
<i>Dettaglio</i>	1.011	36,3	0,7	60,2	39,8
ALBERGHI E RISTORANTI	319	29,6	2,2	62,5	37,5
SERVIZI	2.284	29,9	1,5	65,0	35,0
<i>Trasporti</i>	71	11,3	-13,4	85,2	14,8
<i>Attività informatiche</i>	146	30,5	0,0	63,6	36,4
<i>Credito e assicurazioni</i>	136	24,5	-0,7	74,1	25,9
<i>Attività immobiliari</i>	772	27,4	0,4	63,9	36,1
<i>Altre attività di servizi</i>	524	49,9	4,2	46,6	53,4
<i>Imprese non classificate</i>	8	28,6	100,0	75,6	24,4
TOTALE	7.562	25,9	1,9	70,1	29,9

FONTE: Elaborazione C.C.I.A.A. di Prato su dati INFOCAMERE 2012

PROVINCIA DI PRATO: Imprese femminili per forma giuridica (2011)



Occupati in complesso e tasso di occupazione (15-64 anni) per sesso Anno 2011 (dati in migliaia e in percentuale)

	Occupati			Tasso di occupazione (15-64 anni)		
	Maschi	Femmine	Maschi e femmine	Maschi	Femmine	Maschi e femmine
Prato	60	48	108	72,7	59,1	65,9
TOSCANA	890	665	1.555	72,9	54,4	63,6
ITALIA	13.619	9.349	22.967	67,5	46,5	56,9

FONTE: Istat - Rilevazione sulle Forze di lavoro

I dati fanno riferimento alla media del 2011



4. La dimensione di genere: pari opportunità e bilancio di genere

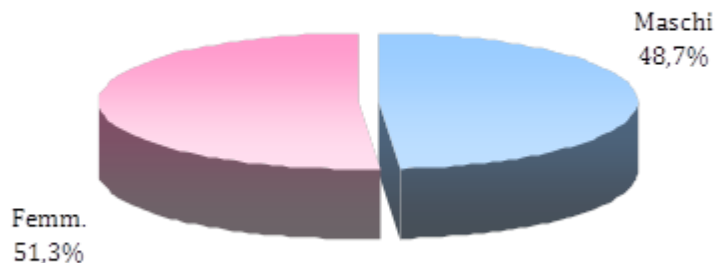
IL CONTESTO ESTERNO – Iniziative intraprese

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

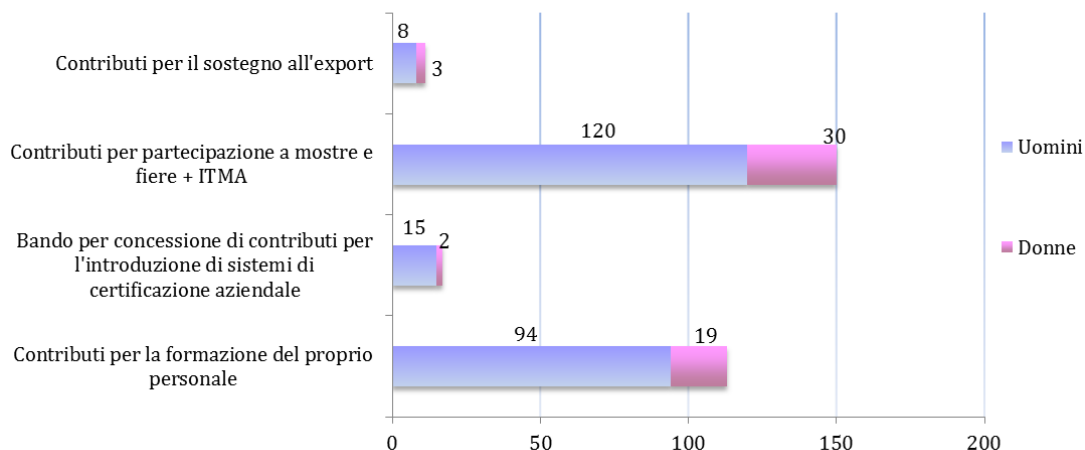
Sempre con l'intento di contribuire alla diffusione sul territorio delle varie opportunità esistenti a favore delle imprenditrici e aspiranti tali sono state svolte le seguenti attività:

- Analisi, redazione scheda sito e pubblicizzazione del bando Unioncamere Toscana, relativo ad un percorso formativo di mentoring, denominato "Busy Ness Woman MadreFiglia";
- Analisi, redazione scheda sito e pubblicizzazione del portale informativo per la creazione di impresa, sviluppato con il supporto di A.S.SE.FI. - Azienda Speciale della Camera di Commercio di Pisa, www.nuovaimpresaintoscana.it;

PROVINCIA DI PRATO: Popolazione residente per sesso (2011)



Beneficiari dei contributi camerali per genere





4. La dimensione di genere: pari opportunità e bilancio di genere

IL CONTESTO INTERNO

Analisi del contesto interno

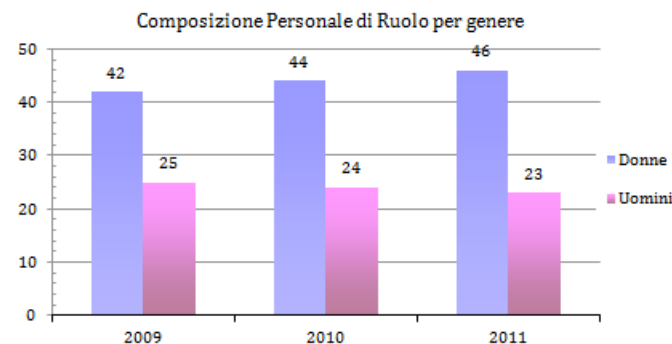
• *Il Personale*



Iniziativa
intraprese

- Nel settembre 2011 l'Ente ha costituito il Comitato Unico di Garanzia per le pari opportunità, la valorizzazione del benessere di chi lavora e contro le discriminazioni (CUG), organismo paritetico nella sua composizione (2 Donne e 2 Uomini designati in modo dalla Camera e dalle OO.SS.). Il CUG è dotato di un proprio Regolamento di funzionamento ed ha focalizzato la propria attività, nel corso del 2011, alla stesura del Piano di Azioni Positive 2012-2014
- Con il supporto del CUG, l'Ente ha definito il questionario dell'indagine di Benessere Organizzativo non trascurando la dimensione di genere e la tutela delle pari opportunità.
- In sede di rinnovo dello Statuto Camerale è stata posta attenzione alle modalità di composizione degli organi camerali in relazione alla dimensione di genere, In particolare sono state previste regole ad hoc per la composizione del Consiglio, della Giunta e dell'organismo di revisione come previsto rispettivamente dagli articoli 7(c. 3), 13 (c. 2) e 22 (c. 1) dello Statuto camerale, consultabile sul sito www.po.camcom.it

Composizione del Personale in Ruolo (31.12)						
	2009		2010		2011	
	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini
Il Personale di Ruolo	42	25	44	24	46	23
Totale	67		68		69	





LA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE 2011

Camera di Commercio Prato

5. Il processo di redazione della Relazione sulla Performance





5. Il processo di redazione della Relazione sulla Performance

5.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità del processo di redazione



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



5.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità del processo di redazione



*Piano della
Performance*

MISURAZIONE E VALUTAZIONE
PERFORMANCE ORGANIZZATIVA

MISURAZIONE E VALUTAZIONE
PERFORMANCE INDIVIDUALE

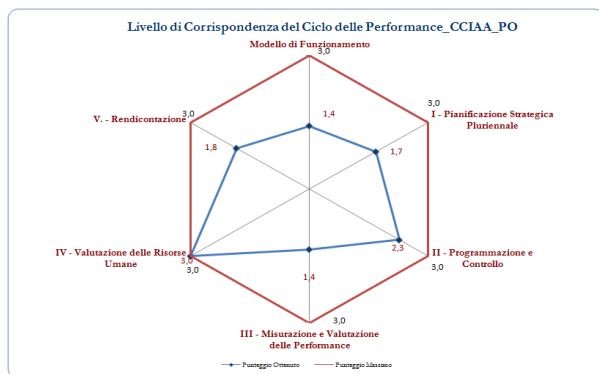
REDAZIONE DELLA
RELAZIONE

*Relazione sulla
Performance*

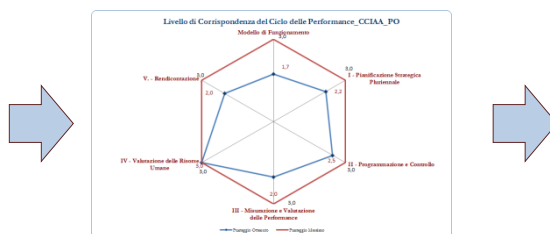
COSA	CHI	COME	QUANDO (ANNO N+1)
Definizione della struttura del documento	S.G. Controllo di Gestione Staff Personale	Analisi delle norme e delle delibere CIVIT di riferimento	Feb.
Sistematizzazione delle informazioni derivanti dalle fasi precedenti	Responsabile Controllo di Gestione Staff Personale	Analisi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

5.2 I punti di forza e debolezza del Ciclo di Gestione della Performance

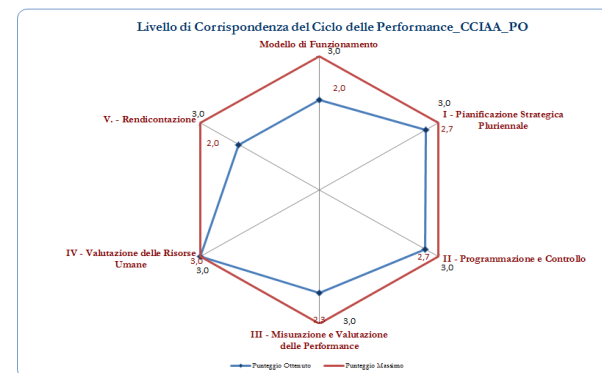
La CCIAA di Prato adotta un modello di Check-up che consente di rilevare il grado di attuazione delle metodologie in essere e del relativo livello di rispetto dei principi e requisiti previsti dalla normativa (D. Lgs. 150/09 Delibere CIVIT e Linee Guida Unioncamere Nazionale). Il modello di Check-Up costituisce un sistema di diagnosi idoneo a valutare lo stato di salute/efficacia dei Sistemi di Misurazione e Valutazione in essere nelle CCIAA (estendendo la valutazione all'intero Ciclo della Performance). Esso fornisce un vero e proprio modello di monitoraggio del Sistema in essere per attività di Audit e garantisce la produzione di un flusso informativo come punto di partenza per l'implementazione di un Piano di "miglioramento" del sistema. Di seguito viene riportata una sintesi delle variazioni intervenute durante il corso del 2011 e che hanno determinato un miglioramento dei risultati derivanti dal Check-up. Nella slide successiva, inoltre, verrà proposta una analisi di maggiore dettaglio degli elementi migliorativi intercorsi nel 2011 e degli obiettivi di miglioramento che la CCIAA si è posta per il periodo 2012-2014.



Gennaio 2011: punteggio medio 1,93



Agosto 2011 : punteggio medio 2,23



Dicembre 2011 : punteggio medio 2,45



5.2 I punti di forza e debolezza del Ciclo di Gestione della Performance

OGGETTO DI RIFERIMENTO	ELEMENTI MIGLIORATIVI INTERCORSI NEL 2011	Piano di miglioramento 2012-2014
MODELLO DI FUNZIONAMENTO	Sviluppo di un Modello di Funzionamento del Ciclo di Pianificazione e Controllo (del. CIVIT n. 104/2010)	Utilizzo di un sistema informativo integrato per la gestione del Ciclo delle Performance Piena integrazione degli strumenti a supporto del Ciclo di gestione della performance
PIANIFICAZIONE STRATEGICA	Obiettivi pluriennali multidimensionali; Redazione Conto economico pluriennale Cruscotto obiettivi/ indicatori pluriennali di risultato	Affinamento del sistema di definizione di obiettivi strategici pluriennali con respiro triennale (indicatori e target) Miglioramento del sistema di definizione delle misure di outcome
PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO	Sistematizzazione della definizione di obiettivi/indicatori di Ente funzionali alla misurazione e alla valutazione della performance organizzativa così come richiesto dalla Riforma (Piano della Performance); Miglioramento del processo di aggiornamento degli obiettivi in itinere	Ottimizzazione della ciclicità del controllo, target ragionati in base alle risultanze del controllo e integrazione con le risultanze derivanti da strumenti volti a misurare tutti gli ambiti della performance (customer, benessere organizzativo, benchmarking, efficienza, qualità erogata, etc)
MISURAZIONE E VALUTAZIONE DELLA PERFORMANCE	Miglioramento del sistema di Reporting; Adozione reportistica differenziata a seconda del destinatario al fine di soddisfare al meglio le differenti esigenze informative	Messa a regime del sistema di monitoraggio dei processi anche in termini di costo Potenziamento del sistema di reportistica, in termini di maggiore frequenza nella produzione dei dati e nella loro analisi, e degli strumenti del controllo strategico Misurazione del clima interno e del benessere organizzativo
VALUTAZIONE DELLE RISORSE UMANE	-	Costante revisione metodologia valutazione performance individuale in linea con la normativa
RENDICONTAZIONE	Comunicazione del raggiungimento degli obiettivi del Piano Performance Redazione Bilancio sociale in ottica di genere	Piena implementazione del Programma Triennale della Trasparenza Realizzazione di momenti istituzionali di incontro con gli Stakeholder funzionali alla rendicontazione ed accountability Piena trasparenza dei risultati raggiunti attraverso la Relazione sulla Performance



LA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE 2011

Camera di Commercio Prato

6. Allegati Tecnici

6.1 I documenti del Ciclo di Gestione della Performance

6.2. Schede obiettivi con dettaglio indicatori

6.2.1 Gli obiettivi strategici con dettaglio indicatori

6.2.2 Il Cascading dettagliato: dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi ed individuali



6.1 I documenti del Ciclo di Gestione della Performance

Sistema di Misurazione e Valutazione della Performance:

Piano della Performance 2011:

Programma Triennale per la Trasparenza e l'Integrità 2011-2013

Relazione sulla Gestione al Bilancio Consuntivo 2011:



6.2 Schede obiettivi con dettaglio indicatori

6.2.1 Gli obiettivi strategici con dettaglio indicatori

Area strategica				96,67%		80%	
1) Rilancio del tessile e delle attività tradizionali		Percentuale di realizzazione dei 7 indicatori previsti riguardanti:		% realizzazione al 31/12/2011 (approvato)	Actual	Target	% realizzazione dell'Obiettivo Strategico al 31/12/2011
Obiettivi strategici	Descrizione	Valenza operativa	Indicatori				
Prato Distretto Verde (FOR PRATO)	Fare di Prato il prototipo di un eco distretto industriale del tessile	Livello di coinvolgimento delle imprese nelle attività di promozione e rilancio dell'immagine del distretto industriale pratese	N° imprese coinvolte nelle attività di promozione e rilancio dell'immagine del distretto industriale pratese	83,33%	25	>=30	94,44%
		Livello di realizzazione di workshop di rilancio del distretto industriale pratese	N. workshop organizzati	100,00%	5	>=5	
		Grado di utilizzo delle risorse destinate al rilancio dell'immagine del distretto industriale pratese	Risorse utilizzate / Risorse stanziare	100,00%	98,13%	>=90%	
Iniziative di valorizzazione del tessile (CARDATO REGENERATED CO2 NEUTRAL)	Realizzazione della "Fabbrica del Cardato" nell'ambito dello sviluppo di un turismo legato all'industria	Livello di coinvolgimento delle imprese nelle attività di promozione e rilancio nell'ambito dello sviluppo di un turismo legato all'industria	N° imprese coinvolte nelle attività di promozione e rilancio nell'ambito dello sviluppo di un turismo legato all'industria	93,33%	28	>=30	97,78%
		Livello di realizzazione di workshop/eventi di promozione e rilancio nell'ambito dello sviluppo di un turismo legato all'industria	N. eventi/workshop organizzati	100,00%	5	>=3	
		Grado di utilizzo delle risorse destinate alla promozione e rilancio nell'ambito dello sviluppo di un turismo legato all'industria	Risorse utilizzate / Risorse stanziare	100,00%	100,00%	>=90%	
Contributi a terzi	Concessione di contributi per la realizzazione di iniziative legate al rilancio del tessile	Grado di utilizzo delle risorse destinate a contributi per la realizzazione di iniziative legate al rilancio del tessile	Risorse utilizzate / Risorse stanziare	100,00%	100,00%	>=90%	100,00%
2) Innovazione, Ricerca e trasferimento tecnologico		Percentuale di realizzazione dei 7 indicatori previsti riguardanti:		100,00%		80%	
Obiettivi strategici	Descrizione	Valenza operativa	Indicatori	% realizzazione al 31/12/2011	Actual	Target	
Reti di impresa	Promozione e diffusione di questo modello di business (manovra estiva 2010)						
Innovazione e trasferimento tecnologico	Sostegno alle imprese che avvieranno iniziative di certificazione volontaria	Livello di realizzazione del Progetto "trasferimento tecnologico, innovazione delle PMI e delle filiere produttive, sviluppo sostenibile"	n° attività realizzate/n° attività previste	100,00%	100,00%	100%	100,00%
		Sviluppo temporale del numero di imprese che ottengono certificazione aziendale	N° imprese che ottengono certificazione nell'anno n rispetto all'anno n-1	100,00%	1,13	1	
		Grado di utilizzo delle risorse destinate all'innovazione e al trasferimento tecnologico	Risorse utilizzate / Risorse stanziare	100,00%	100,00%	>=90%	
Convenzioni con il Polo Universitario Pratese	Prosecuzione del finanziamento di due cattedre presso il Polo Universitario Pratese	Grado di utilizzo delle risorse destinate al Polo Universitario Pratese	Risorse utilizzate / Risorse stanziare	100,00%	100,00%	>=90%	100,00%
Semplificazione amministrativa ed e-governance	Promozione di forme semplificate di comunicazione con amministrazioni pubbliche ed utenti con particolare riferimento all'avvio di attività economiche	Livello di realizzazione del Progetto "Sportello Telematico della Comunicazione Unica"	n° attività realizzate/n° attività previste	100,00%	100,00%	100%	100,00%
		Sviluppo temporale del numero di comunicazioni pervenute tramite posta elettronica ordinaria e certificata	N° comunicazioni pervenute tramite posta elettronica ordinaria e certificata Anno 2011 / N° comunicazioni pervenute tramite posta elettronica ordinaria e certificata Anno 2010	100,00%	121,27%	>100%	
		Livello di reclami pervenuti	n° reclami pervenuti nell'anno	100,00%	0	<=5	

6.2 Schede obiettivi con dettaglio indicatori

6.2.1 Gli obiettivi strategici con dettaglio indicatori

Area strategica								
3) Consolidamento del tessuto produttivo locale		Percentuale di realizzazione dei 4 indicatori previsti riguardanti:			100,00%		80%	
Obiettivi strategici	Descrizione	Valenza operativa	Indicatori	% realizzazione al 31/12/2011	Actual	Target		
Fondo Sviluppo Nuove Imprese	Sostegno all'avvio di nuove imprese innovative e supportare quelle già esistenti che intendono sviluppare nuovi processi o prodotti	Livello di coinvolgimento di imprese innovative interessate alla partecipazione al fondo o ad alto potenziale	n. imprese innovative coinvolte	100,00%	2	2	100,00%	
		Grado di utilizzo delle risorse destinate al Fondo Sviluppo Nuove Imprese	Risorse utilizzate / Risorse stanziare	100,00%	98,40%	>=90%		
		Livello di sottoscrizione di quote di capitale sociale in aziende del territorio	n. aziende del territorio nelle quali è stata effettuata la sottoscrizione di quote di capitale sociali	100,00%	2	2		
Iniziativa a sostegno del credito	Interventi a sostegno del credito per le PMI anche tramite il sistema dei Confidi	Grado di utilizzo delle risorse a sostegno del credito per le PMI anche tramite il sistema dei Confidi	Risorse utilizzate / Risorse stanziare	100,00%	100,00%	>=90%	100,00%	
4) Internazionalizzazione		Percentuale di realizzazione dei 6 indicatori previsti riguardanti:			100,00%		80%	
Obiettivi strategici	Descrizione	Valenza operativa	Indicatori	% realizzazione al 31/12/2011	Actual	Target		
Iniziativa dirette	Organizzazione di missioni e di incoming di operatori esteri a supporto delle esigenze delle imprese del territorio	Livello di coinvolgimento di aziende nel progetto "Rethinking the Product 2011"	N° aziende del territorio di settori produttivi diversi coinvolte nel progetto	100,00%	37	35	100,00%	
		Livello di realizzazione di seminari e workshop di promozione dell'internazionalizzazione	N. seminari/workshop organizzati	100,00%	7	6		
Sostegno a terzi	Interventi a sostegno della partecipazione delle imprese a mostre e fiere in Italia ed all'estero	Grado di utilizzo delle risorse a sostegno della partecipazione delle imprese a mostre e fiere in Italia ed all'estero	Risorse utilizzate / Risorse stanziare	100,00%	100,00%	>=90%	100,00%	
5) Crescita della cultura e della formazione manageriale		Percentuale di realizzazione dei 3 indicatori previsti riguardanti:			100,00%		80%	
Obiettivi strategici	Descrizione	Valenza operativa	Indicatori	% realizzazione al 31/12/2011	Actual	Target		
Istituto Italiano di imprenditorialità	Creazione di un centro di ricerca, formazione e supporto per le nuove generazioni di imprenditori, potenziali e già attivi							
Alternanza scuola - lavoro	Favorire le dinamiche di incontro tra domanda ed offerta di lavoro mediante l'emersione di professionalità necessarie allo sviluppo della competitività delle imprese	Livello di realizzazione delle attività connesse all'alternanza scuola lavoro	n° attività realizzate/n° attività previste	100,00%	100%	100%	100,00%	
		Livello di coinvolgimento degli studenti nelle attività di alternanza scuola lavoro	N° istituti scolastici che hanno partecipato alle attività di alternanza scuola-lavoro/n° istituti invitati	100,00%	100%	50%		
Formazione	Supporto ad istituti di formazione e realizzazione di iniziative dirette							
Studi economici	Costante e continua produzione di informazioni ed indicatori di natura quali - quantitativa sui principali aspetti congiunturali della provincia	Livello di realizzazione di studi di monitoraggio del tessuto economico locale	n° di indagini congiunturali realizzate nell'anno	100,00%	2	2	100,00%	



6.2 Schede obiettivi con dettaglio indicatori

6.2.1 Gli obiettivi strategici con dettaglio indicatori

6) Turismo e valorizzazione del territorio				Percentuale di realizzazione dei 5 indicatori previsti riguardanti:			
				97,88%	80%		
Obiettivi strategici	Descrizione	Valenza operativa	Indicatori	% realizzazione al 31/12/2011	Actual	Target	
Valorizzazione del territorio ed animazione del centro storico	Partecipazione all'organizzazione ed alla realizzazione di iniziative di valorizzazione del territorio	Grado di utilizzo delle risorse destinate alla Valorizzazione del territorio ed animazione del centro storico	Risorse utilizzate / Risorse stanziare	100,00%	100,00%	>=90%	100,00%
Valorizzazione delle potenzialità culturali della provincia	Valorizzazione del sistema culturale pratese per consolidare l'immagine della città nello scenario nazionale ed internazionale	Grado di utilizzo delle risorse destinate alla Valorizzazione delle potenzialità culturali della provincia	Risorse utilizzate / Risorse stanziare	100,00%	100,00%	>=90%	100,00%
Prodotti tipici ed artigianato artistico	Partecipazione ad iniziative di valorizzazione del settore	Livello di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di valorizzazione dei Prodotti tipici ed artigianato artistico	N° imprese coinvolte nelle iniziative di valorizzazione del territorio	100,00%	84	67,00	96,47%
		Livello di realizzazione di iniziative di valorizzazione dei Prodotti tipici ed artigianato artistico	N. delle iniziative di valorizzazione dei Prodotti tipici ed artigianato artistico	100,00%	6	5,00	
		Grado di utilizzo delle risorse destinate alla valorizzazione dei Prodotti tipici ed artigianato artistico	Risorse utilizzate / Risorse stanziare	89,41%	80,47%	>=90%	
7) Infrastrutture				Percentuale di realizzazione dei 5 indicatori previsti riguardanti:			
				100,00%	80%		
Obiettivi strategici	Descrizione	Valenza operativa	Indicatori	% realizzazione al 31/12/2011	Actual	Target	
Sede camerale e patrimonio immobiliare dell'ente	Prosecuzione dei lavori per la realizzazione della nuova sede camerale e valorizzazione del restante patrimonio	Livello di utilizzo delle risorse previste	Ammontare Investimenti realizzati	100,00%	5.217.220	<=€ 11.557.000	100,00%
		Livello di certificazione della classe energetica dell'edificio	Classe energetica dell'Edificio	100,00%	A+	A	
		Livello di realizzazione dei lavori per la nuova sede camerale	N° attività realizzate / N° attività previste	100,00%	100%	100%	
		Percentuale di risorse per espropri	Risorse x espropri / Risorse Piano Investimenti Preventivo 2011	100,00%	225.278	<=250.000 euro	
Partecipazione a società strategiche per lo sviluppo del territorio	Mantenimento delle quote di partecipazione ed eventuali nuovi investimenti nell'interesse dell'area pratese	Sviluppo temporale delle quote di partecipazioni possedute	Quote di partecipazioni possedute nell'anno 2011/Quote di partecipazioni possedute nell'anno 2010	100,00%	saldo netto di +3 rispetto al 2010	>=1	100,00%

6.2 Schede obiettivi con dettaglio indicatori

6.2.1 Gli obiettivi strategici con dettaglio indicatori

8) Regolazione del mercato		Percentuale di realizzazione dei 9 indicatori previsti riguardanti:		85,00%		80%	
Obiettivi strategici	Descrizione	Valenza operativa	Indicatori	% realizzazione al 31/12/2011	Actual	Target	
Strumenti alternativi di risoluzione delle controversie	Attuazioni delle novità introdotte dal d. lgs. 28/2010 e dal DM 180/2010 in materia di mediazione finalizzata alla conciliazione	Livello di monitoraggio della soddisfazione dell'utenza sulle attività della cciaa	N° schede compilate / N° utenti del servizio	100,00%	100%	100%	96,43%
		Sviluppo temporale del numero di controversie affrontate tramite procedure alternative	N° controversie affrontate tramite procedure alternative anno 2011 / N° controversie affrontate tramite procedure alternative anno 2010	100,00%	1,84	>=1	
		Grado di successo ottenuto nel tentativo di mediazione	Esito positivo del tentativo di mediazione nei casi in cui entrambe le parti abbiano aderito alla procedura conciliativa	85,71%	60,00%	70%	
		Livello di mediatori abilitati	N° mediatori abilitati	100,00%	202	100	
Iniziative a favore dei consumatori	Consolidamento delle iniziative di regolazione del mercato a tutela dei consumatori	Livello di realizzazione delle iniziative in materia di monitoraggio tariffe e prezzi	n° attività realizzate/n° attività previste	100,00%	100%	100%	100,00%
Attività di vigilanza e controllo	Potenziamento delle attività di vigilanza e controllo previste dal Protocollo sottoscritto con il Ministero dello Sviluppo Economico e da Unioncamere	Livello di controlli effettuati	Numero controlli effettuati	79,31%	23	29	69,83%
		Livello di coinvolgimento di partecipanti all'attività formativa	N° soggetti partecipanti all'attività formativa	0,00%	0	15	
		Grado di realizzazione delle verifiche sulle officine	N° officine oggetto di verifica ispettive / N° totale di officine	100,00%	100,00%	100%	
		Grado di utilizzo delle risorse destinate alla Attività di vigilanza e controllo	Risorse utilizzate / Risorse stanziare	100,00%	100,00%	>=90%	
9) Miglioramento dell'efficienza e dell'organizzazione camerale		Percentuale di realizzazione dei 4 indicatori previsti riguardanti:		100,00%		80%	
Obiettivi strategici	Descrizione	Valenza operativa	Indicatori	% realizzazione al 31/12/2011	Actual	Target	
Comunicazione	Realizzazione del piano di comunicazione dell'ente	Livello di interazione con l'utenza	N° contatti realizzati nell'ambito della Customer di Ente	100,00%	1230	>=1000	100,00%
		Livello di usabilità del sito internet	N° pagine sulle quali è inserito il feedback qualità/n° di pagine aggiornate	100,00%	100%	50%	
		Grado di coinvolgimento degli stakeholder	N° incontri realizzati con gli stakeholder da Bilancio Sociale	100,00%	24	10	
Semplificazione amministrativa		Livello di diffusione della Pec presso le società	n° società munite di pec/n° società totali	100,00%	87,10%	>=75%	100,00%



6.2 Schede obiettivi con dettaglio indicatori



6.2.2 Il Cascading: dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi ed individuali del Segretario Generale e del Dirigente del Settore Anagrafico e Regolazione del Mercato

1) Rilancio del tessile e delle attività tradizionali							
Azione	Progetto	Profilo BSC	Indicatori	Peso	% real.ne	Target	% real.ne PESATA
Prato Distretto Verde (PRIORITARIO)	Promuovere e rilanciare l'immagine del distretto industriale pratese	Profilo Qualità e Utenti	n. imprese coinvolte	10%	100%	>=30	
		Profilo Qualità e Utenti	n. uscite sui media (anche web)	10%	100%	>=30	
		Profilo Qualità e Utenti	n. eventi organizzati	10%	100%	>=3	
		Profilo Qualità e Utenti	n. workshop organizzati	10%	100%	>=5	
		Profilo Innovazione e Crescita	aggiornamento portale cardato.it	5%	100%	1	
		Profilo Innovazione e Crescita	n. partecipanti workshop	10%	100%	>=20	
		Profilo Innovazione e Crescita	condivisione social dei risultati di FOR PRATO	5%	33%	>=3	
		Profilo Processi Interni	N.ro provvedimenti	5%	100%	>=4	
		Profilo Processi Interni	n.ro comunicati stampa	5%	100%	>=5	
		Profilo Processi Interni	n. riunioni comitato certificazione e comitato Guida for Prato	5%	100%	>=6	
		Profilo Economico Finanziario	Risorse utilizzate per promozione / risorse previste a preventivo	5%	100%	>=90%	
		Profilo Economico Finanziario	spese FdP rendicontate / spese FdP riconosciute	10%	100%	>=70%	
		Profilo Economico Finanziario	Contributo TP liquidato / Contributo massimo	10%	100%	>=85%	97%
		Responsabilità sociale d'impresa (PRIORITARIO)	Percorsi formativi e di sensibilizzazione per le imprese pratesi	Profilo Qualità e Utenti	n. percorsi formativi	15%	100%
Profilo Qualità e Utenti	n. complessivo imprese e stakeholders coinvolti nel progetto			15%	100%	>= 200	
Profilo Qualità e Utenti	n. verifiche su potenziali referenti per l'attività formativa			5%	100%	>= 4	
Profilo Qualità e Utenti	n. complessivo partecipanti percorsi formativi e incontri pubblici			15%	100%	>=50	
Profilo Innovazione e Crescita	n° aggiornamenti banca dati imprese e stakeholders			5%	100%	>= 2	
Profilo Innovazione e Crescita	n° aggiornamenti sportello CSR on line			5%	100%	>= 4	
Profilo Innovazione e Crescita	n° ore formazione al personale			5%	100%	>= 4 ore	
Profilo Processi Interni	n° report attività			5%	100%	2,00	
Profilo Processi Interni	n. atti adottati			5%	100%	>= 3	
Profilo Processi Interni	n. comunicati stampa e redazionali			5%	100%	>= 4	
Profilo Economico Finanziario	spese FdP rendicontate / spese FdP riconosciute			10%	100%	>=70%	
Profilo Economico Finanziario	Risorse utilizzate / Risorse a budget			10%	100%	<=90%	100%



6.2 Schede obiettivi con dettaglio indicatori

6.2.2 Il Cascading: dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi ed individuali del Segretario Generale e del Dirigente del Settore Anagrafico e Regolazione del Mercato



2) Innovazione, Ricerca e trasferimento tecnologico								
Azione	Progetto	Profilo BSC	Indicatori	Peso	% real.ne	Target		
Semplificazione Amministrativa ed e-governance (PRIORITARIO)	Sportello Telematico della Comunicazione Unica	Profilo Qualità e Utenti	n. reclami	10%	100%	<=5		
		Profilo Qualità e Utenti	Numero schede istruzioni aggiornate	15%	100%	>=70		
		Profilo Qualità e Utenti	N. informative a oopp, AACC, altri enti	15%	100%	>=8		
		Profilo Processi Interni	n. comunicati stampa e redazionali	5%	100%	>=3		
		Profilo Processi Interni	n. incontri intersettoriali e esterni	5%	100%	>=6		
		Profilo Innovazione e Crescita	n° informazioni fornite tramite sportello telematico	40%	100%	>=200		
		Profilo Economico-Finanziario	Realizzazione in economia	10%	100%	100%	100%	
7) Infrastrutture								
Azione	Progetto	Profilo BSC	Indicatori	Peso	% real.ne	Target		
Sede camerale e patrimonio immobiliare dell'ente (PRIORITARIO)	Lavori per la realizzazione nuova sede camerale	Profilo Qualità e Utenti	N.ro riunioni della stazione appaltante con DL e/o impresa	5%	100%	>= 20		
		Profilo Qualità e Utenti	N.ro riunioni con tutor / commissione collaudi / Certificatore Energetico	5%	100%	>=10		
		Profilo Qualità e Utenti	N.ro pratiche gestite presso competente ufficio comunale	5%	100%	1		
		Profilo Qualità e Utenti	tempo emissione certificato di pagamento su SAL	5%	100%	<=45		
		Profilo Qualità e Utenti	N.ro Accordi Bonari / N.ro Varianti	10%	100%	>=80%		
		Profilo Innovazione e Crescita	N.ro documenti relativi al progetto pubblicati internet	5%	100%	>= 3		
		Profilo Innovazione e Crescita	N.ro ore formazione	5%	100%	>=12		
		Profilo Innovazione e Crescita	Classe Energetica Edificio	10%	100%	A		
		Profilo Processi Interni	n. contratti	5%	100%	>= 4		
		Profilo Processi Interni	N.ro verbali di coordinamento / di cantiere	5%	100%	>=16		
		Profilo Processi Interni	N.ro provvedimenti / informative di Giunta o di Consiglio	5%	100%	>= 5		
		Profilo Processi Interni	N.ro provvedimenti SG (comprensivo delle note RUP)	5%	100%	>= 5		
		Profilo Processi Interni	n° verifiche Cronoprogramma e Cashflow	5%	100%	5		
		Profilo Economico-Finanziario	Risorse per espropri / Risorse Piano Investimenti Preventivo 2011	5%	100%	<=250.000 euro		
		Profilo Economico-Finanziario	Investimenti realizzati	20%	100%	<=11,557 mln euro	100%	
			Ottimizzazione della gestione del patrimonio immobiliare dell'ente sulla base delle indicazioni degli organi politici	Profilo Economico-Finanziario	% utilizzo risorse manutenzione ordinaria	100%	85%	>= 95%



6.2 Schede obiettivi con dettaglio indicatori



6.2.2 Il Cascading: dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi ed individuali del Segretario Generale e del Dirigente del Settore Anagrafico e Regolazione del Mercato

8) Regolazione del mercato						
Azione	Progetto	Profilo BSC	Indicatori	Peso	% real.ne	Target
Iniziativa a favore dei consumatori	Tutela dei consumatori: percorso formativo su pratiche commerciali scorrette	Profilo Qualità e Utenti	n. classi coinvolte	25%	100%	>= 2
		Profilo Qualità e Utenti	n. questionari raccolti	20%	100%	>= 20
		Profilo Qualità e Utenti	n. slides predisposte	25%	100%	>= 15
		Profilo Qualità e Utenti	n. istituti/docenti contattati	30%	100%	>= 10
	Tutela dei consumatori: completamento e aggiornamento della collana "Manuali del consumatore"	Profilo Qualità e Utenti	n. nuovi manuali realizzati	40%	100%	>= 2
		Profilo Qualità e Utenti	manuali 2010 aggiornati	35%	100%	100%
Profilo Qualità e Utenti		n. siti su cui pubblicare i manuali	25%	100%	>= 3	100%
Attività di vigilanza e controllo (PRIORITARIO)	Servizi di Metrologia: vigilanza sulle officine autorizzate ad operare sui tachigrafici CEE	Profilo Qualità e Utenti	n° posizioni sottoposte a verifica documentale / n° posizioni elenco MSE	15%	100%	100%
		Profilo Qualità e Utenti	n° officine oggetto di verifica ispettiva / n° totale officine	40%	100%	100%
		Profilo Qualità e Utenti	n° posizioni rendicontate al Ministero / n° posizioni elenco Ministero	10%	100%	100%
		Profilo Processi Interni	definizione procedure raffronto documentale	10%	100%	ok
		Profilo Processi Interni	definizione procedure per verifica incompatibilità	10%	100%	ok
		Profilo Processi Interni	n. report realizzati	5%	100%	2
		Profilo Innovazione e Crescita	Aggiornamento normativo su officine autorizzate ad operare sui tachigrafici CEE	5%	100%	ok
		Profilo Economico-Finanziario	Realizzazione senza oneri diretti	5%	100%	100%



6.2 Schede obiettivi con dettaglio indicatori



6.2.2 Il Cascading: dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi ed individuali del Segretario Generale e del Dirigente del Settore Anagrafico e Regolazione del Mercato

9) Miglioramento dell'efficienza e dell'organizzazione camerale

Azione	Progetto	Profilo BSC	Indicatori	Peso	% real.ne	Target	
Comunicazione (PRIORITARIO)	Indagine di soddisfazione servizi della Camera di Commercio di Prato	Profilo Qualità e Utenti	N. contatti	15%	100%	>=1000	
		Profilo Qualità e Utenti	N. interviste raccolte	30%	100%	656	
		Profilo Processi Interni	n. comunicazioni predisposte	5%	100%	3	
		Profilo Processi Interni	n. riunioni con Uff. Att. Informatiche	5%	100%	1	
		Profilo Innovazione e Crescita	Pubblicazione on line Relazione finale	10%	100%	1	
		Profilo Innovazione e Crescita	n° ore di formazione al personale	5%	100%	>=4 ore	
		Profilo Innovazione e Crescita	Mailing relazione finale (n. indirizzi)	10%	100%	850	
		Profilo Economico-Finanziario	Risparmio sui costi di realizzazione	20%	100%	3000 euro	100%
Revisione dei Ruoli (PRIORITARIO)	Revisione Ruolo dei Periti e degli Esperti	Profilo Qualità e Utenti	N.ro soggetti iscritti raggiunti	20%	100%	>=200	
		Profilo Qualità e Utenti	Numero posizioni definite (conferme o cancellazioni) / N.ro soggetti raggiunti	40%	100%	100%	
		Profilo Innovazione e Crescita	Realizzazione database sul sito internet degli iscritti al Ruolo Aggiornato	10%	100%	100%	
		Profilo Processi Interni	n. comunicati stampa e redazionali	5%	100%	>=3	
		Profilo Processi Interni	n. atti adottati	5%	100%	>=1	
		Profilo Economico-Finanziario	Realizzazione in economia	5%	100%	100%	
		Profilo Economico-Finanziario	Stima proventi diritti di segreteria	15%	100%	>= € 4.000	100%
Interventi di miglioramento Registro Imprese e Albo Artigiani	Obbligo PEC per le società	Profilo Processi Interni	n° società munite di PEC/ n° società totali	100%	100%	>= 75%	100%
	Tempi di lavorazione pratiche con la COMUNICA	Profilo Processi Interni	tempo medio di evasione pratiche	100%	100%	<= 10gg	100%
	Procedimenti d'ufficio di cancellazione	Profilo Processi Interni	n° posizioni ex art. 2490 e DPR 247/04 verificate/ n° posizioni ex art. 2490 e DPR 247/04 da verificare	50%	100%	100%	
		Profilo Processi Interni	n° procedimenti d'ufficio avviati / n° posizioni CON PRESUPPOSTI ex art. 2490 e DPR 247/04	50%	100%	>= 90%	100%
Migliore Efficienza ed Efficacia	Sostituzione SMART CARD	Profilo Processi Interni	% di evasione delle richieste di sostituzione delle smart card di I generazione	100%	100%	99%	100%
	Interventi di miglioramento Servizi di Supporto	Profilo Processi Interni	giorni medi tra data assunzione delibera e data inizio pubblicazione	100%	100%	<= 5gg	100%



6.2 Schede obiettivi con dettaglio indicatori

6.2.2 Il Cascading: dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi ed individuali del Dirigente del Settore Affari Generali, Amministrazione e Contabilità



9) Miglioramento dell'efficienza e dell'organizzazione camerale

Azione	Progetto	Profilo BSC	Indicatori	Peso	% real.ne	Target	% real.ne PESATA	
Valorizzazione delle risorse umane	Adozione nuovo sistema di valutazione del personale e adeguamento ccdd in conformità alle previsioni del D. Lgs. 150/2009 e s.m.i. (PRIORITARIO)	Profilo Qualità e Utenti	Elaborazione sistema valutazione	30%	100%	1,00		
		Profilo Qualità e Utenti	Sottoscrizione contratto collettivo integrativo 2011	30%	50%	1,00		
		Profilo Qualità e Utenti	n° incontri con rsu e ooss realizzati nell'anno	10%	100%	3,00		
		Profilo Innovazione e Crescita	Interventi di formazione su D. Lgs. 150/2009	15%	100%	1,00		
		Profilo Processi Interni	Contributo alla stesura del regolamento di organizzazione	10%	100%	1,00		
		Profilo Economico-Finanziario	Ore di formazione gratuita su D. Lgs. 150/2009	5%	100%	40,00	85%	
	Attuazione del programma di formazione 2011 con massima partecipazione del personale destinatario e con rilevazione del grado di soddisfazione	Profilo Innovazione e Crescita	n° questionari compilati/n° partecipanti all'evento formativo	20%	100%	70%		
		Profilo Innovazione e Crescita	n° partecipanti effettivi all'evento formativo /n° destinatari dell'intervento da provvedimento del Segretario Generale	80%	100%	75%	100%	
Comunicazione	Comunicare all'esterno l'attività svolta dall'Ente a supporto del contesto economico provinciale	Profilo Qualità e Utenti	n° di incontri con gli stakeholder realizzati	80%	100%	10,00		
		Profilo Innovazione e Crescita	n° uffici camerale coinvolti	20%	100%	100%	100%	
	Aggiornamento sito web camerale (PRIORITARIO)	Profilo Qualità e Utenti	Numero di click per raggiungere informazione finale	15%	100%	3,00		
		Profilo Qualità e Utenti	Numero di pagine sulle quali è inserito feed back qualità / numero di pagine aggiornate	10%	100%	50%		
		Profilo Qualità e Utenti	Tempi necessari pubblicazione atti sul albo camerale on-line	15%	100%	<1		
		Profilo Innovazione e Crescita	Numero sezioni aggiornate	10%	100%	3,00		
		Profilo Innovazione e Crescita	n° personale coinvolto in attività di formazione su linguaggi web	10%	100%	10,00		
		Profilo Processi Interni	Numero di applicazioni necessarie per la gestione work flow interno	5%	100%	6,00		
		Profilo Processi Interni	Numero di documenti pubblicati all'albo camerale/Numero di documenti trasmessi	5%	100%	100%		
		Profilo Processi Interni	N° di copie cartacee eliminate (albo camerale)/ N° copie cartacee da eliminare	5%	100%	100%		
		Profilo Economico-Finanziario	utilizzo risorse interne per restyling sito	10%	100%	100%		
		Profilo Economico-Finanziario	utilizzo risorse interne per attività di formazione e per creazione applicazioni di work flow	5%	100%	100%		
		Profilo Economico-Finanziario	utilizzo risorse interne per creazione applicazioni di work flow	10%	100%	100%	100%	
		Tempestività degli interventi di assistenza, della pubblicazione degli aggiornamenti del sito e della protocollazione della corrispondenza	Profilo Processi Interni	n° giorni per la chiusura dell'intervento di assistenza richiesto	15%	100%	<3gg	
			Profilo Processi Interni	n° giorni per l'esecuzione dell'aggiornamento del sito	40%	100%	1 g	
Profilo Processi Interni	n° giorni per la protocollazione della corrispondenza		40%	100%	1 g			
Profilo Processi Interni	n° giorni per il prelievo degli atti dall'archivio cartaceo di via del Rigo		5%	100%	<3gg	100%		

...continua



6.2 Schede obiettivi con dettaglio indicatori

6.2.2 Il Cascading: dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi ed individuali del Dirigente del Settore Affari Generali, Amministrazione e Contabilità



9) Miglioramento dell'efficienza e dell'organizzazione camerale								
Supporto alla pianificazione finanziaria e alla sostenibilità degli investimenti	Realizzazione di un bilancio pluriennale della Camera di Commercio di Prato con valorizzazione di alcuni indici di solidità patrimoniale e di liquidità (PRIORITARIO)	Profilo Qualità e Utenti	n° analisi di conto economico pluriennale realizzate	10%	100%	1,00		
		Profilo Qualità e Utenti	n° analisi di cash flow pluriennale realizzate	10%	100%	1,00		
		Profilo Qualità e Utenti	n° analisi di stato patrimoniale pluriennale realizzate	10%	100%	1,00		
		Profilo Processi Interni	n° bilanci previsionali e relazioni presentati alla Giunta	20%	100%	2,00		
		Profilo Processi Interni	utilizzo del sistema a supporto dell'attività di programmazione	5%	100%	1,00		
		Profilo Innovazione e Crescita	n° indici di bilancio valorizzati individuati	20%	100%	4,00		
		Profilo Innovazione e Crescita	n° simulazioni scenari futuri realizzate	20%	100%	3,00		
		Profilo Economico-Finanziario	% di Cofinanziamento Unioncamere	5%	100%	40%	100%	
Semplificazione amministrativa	Assicurare la celerità dei pagamenti delle fatture	Profilo Processi Interni	tempi medi di lavorazione fatture passive	20%	100%	<30gg		
		Profilo Processi Interni	n° di fatture pagate entro 30 gg/n° fatture pervenute (escluse forniture Infocamere e utenze)	80%	100%	90%	100%	
	Migliorare l'efficienza dei processi grazie all'utilizzo delle ICT	Assicurare la celerità dell'evasione delle richieste di acquisti e forniture	Profilo Processi Interni	n. gg intercorrenti tra la data di richiesta e la data dell'ordinativo	100%	100%	<45 gg	100%
			Profilo Processi Interni	n° di processi informatizzati realizzati	50%	100%	2,00	
			Profilo Processi Interni	n° collegamenti esterni attivati	20%	100%	2,00	
			Profilo Processi Interni	Dati acquisiti in automatico per erogazione contributi/Dati gestiti tramite l'applicativo Cerc	15%	100%	100%	
			Profilo Processi Interni	n° di protocolli digitali/totale protocolli registrati	15%	100%	10%	100%
Implementare il ciclo di gestione delle performance	Assicurare un flusso costante di informazioni alla dirigenza e agli organi di vertice su utilizzo del budget relativo a iniziative promozionali e sui Bandi per l'erogazione dei contributi	Profilo Processi Interni	n. report prodotti per singolo ambito di analisi	100%	100%	10	100%	
		Adozione dell'applicativo DYNA	Profilo Innovazione e Crescita	n° di tabelle impostate/n° di tabelle richieste dall'applicativo	40%	100%	100%	
	Profilo Innovazione e Crescita		n° indicatori caricati/n° indicatori definiti da Piano Performance e da programmazione operativa di settore	40%	100%	100%		
	Profilo Economico-Finanziario		% di rispetto del budget	20%	100%	100%	100%	
Migliorare la riscossione del Diritto Annuale	Assicurare una elevata percentuale di riscossione del diritto annuale	Profilo Economico-Finanziario	importo totale riscossioni spontanee anno 2011/dovuto per diritto annuale 2011	100%	97%	80%	97%	
		Recupero del tributo dovuto per l'anno 2008 con applicazione delle relative sanzioni e interessi (PRIORITARIO)	Profilo Qualità e Utenti	Invio mailing supplementare	15%	100%	1,00	
	Profilo Qualità e Utenti		N.ro imprese sanzionate nel 2008/ N.ro totale imprese inadempienti	15%	100%	90%		
	Profilo Qualità e Utenti		N.ro di cartelle annullate-discardate-sgravi / N.ro sanzionate	15%	100%	<= 5%		
	Profilo Qualità e Utenti		N.ro ricorsi avverso cartelle esattoriali 2008	10%	100%	0		
	Profilo Qualità e Utenti		N.ro ricorsi avverso cartelle esattoriali aa-prec	5%	99%	0		
	Profilo Innovazione e Crescita		n° report elaborati dall'ufficio con software per gestione ruoli aggiornato	5%	100%	4		
	Profilo Processi Interni		N.ro istanze di rateizzazione concesse/ N.ro istanze rateizzazione pervenute	5%	100%	100%		
	Profilo Economico-Finanziario		Percentuale di riscossione sanzioni su ruolo anno 2008 al 31.12	15%	100%	5%		
	Profilo Economico-Finanziario		Percentuale riscossione tributo ruolo 2008 al 31.12	15%	100%	2%	100%	



6.2 Schede obiettivi con dettaglio indicatori



6.2.2 Il Cascading: dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi ed individuali del Dirigente del Settore Sviluppo, Imprese e Territorio

2) Innovazione, Ricerca e trasferimento tecnologico

Azione	Progetto	Profilo Bsc	Indicatori	Peso	% real.ne	Target	% real.ne PESATA
Innovazione e trasferimento tecnologico	Progetto "trasferimento tecnologico, innovazione delle PMI e delle filiere produttive, sviluppo sostenibile"	Profilo Qualità e Utenti	n° attività realizzate/n° di attività previste	50%	100%	100%	
		Profilo Economico-Finanziario	% di rispetto del budget	50%	96%	100%	98%
	Consolidamento delle iniziative in materia di diffusione della cultura brevettuale presso le imprese	Profilo Qualità e Utenti	n° richieste di appuntamento con i consulenti brevettuali incaricati	100%	73%	15,00	73%

3) Consolidamento del tessuto produttivo locale

Azione	Progetto	Profilo Bsc	Indicatori	Peso	% real.ne	Target	% real.ne PESATA
Fondo Sviluppo Nuove Imprese (PRIORITARIO)	Consolidamento Fondo Sviluppo Nuove Imprese	Profilo Innovazione e crescita	n. imprese innovative	15%	100%	n. 2 aziende	
		Profilo Innovazione e crescita	comunicazione e promozione dell'iniziativa	5%	100%	n. 2 passaggi nella newsletter camerale	
		Profilo Qualità e Utenti	Coinvolgimento esperti esterni nel processo di valutazione	10%	100%	n. 2 riunioni del Comitato Tecnico	
		Profilo Qualità e Utenti	Avvio nuova attività di scouting nel territorio	10%	100%	Avvio attività	
		Profilo Processi Interni	Attività di report a organi di vertice dell'ente	5%	100%	report per ogni impresa finanziata	
		Profilo Processi Interni	Assistenza al Comitato Tecnico per l'analisi delle domande di accesso al fondo	10%	100%	partecipazione ad almeno n. 2 riunioni del CT	
		Profilo Processi Interni	Monitoraggio flussi informativi periodici	10%	100%	n. 2 aggiornamenti	
		Profilo Economico-Finanziario	costi esterni	30%	100%	350.000	
		Profilo Economico-Finanziario	costi interni (personale, attrezzature)	5%	100%	2,00	100%



6.2 Schede obiettivi con dettaglio indicatori

6.2.2 Il Cascading: dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi ed individuali del Dirigente del Settore Sviluppo, Imprese e Territorio



4) Internazionalizzazione							
Azione	Progetto	Profilo Bsc	Indicatori	Peso	% real.ne	Target	
Iniziativa dirette (PRIORITARIO)	Rethinking the Product 2011. Laboratorio di innovazione, aggregazione e marketing sui mercati internazionali	Profilo Qualità e Utenti	n° imprese partecipanti alle iniziative	20%	100%	35	
		Profilo Innovazione e Crescita	n° di prototipi realizzati all'interno delle aziende aderenti al processo	20%	100%	20	
		Profilo Qualità e Utenti	Sinergie con altre CCIAA, allargamento dell'iniziativa ad altri territori	10%	100%	>=2	
		Profilo Processi Interni	Collaborazione con ufficio stampa	5%	100%	n. 5 riunioni con ufficio stampa	
		Profilo Processi Interni	Attività di report agli organi di vertice	5%	100%	n. 5 report	
		Profilo Innovazione e Crescita	ricaduta sulla CdC in termini d'immagine	5%	100%	impatto sui media, soddisfazione delle aziende	
		Profilo Innovazione e Crescita	valorizzazione del "brand" Prato	5%	100%	impatto sui media, soddisfazione delle aziende	
		Profilo Innovazione e Crescita	n. di prototipi derivanti da aggregazioni tra aziende	5%	100%	>=20	
		Profilo Economico-Finanziario	costi esterni	15%	100%	90.000	
		Profilo Economico-Finanziario	costi interni (personale, attrezzature)	5%	100%	n. 2 unità di personale coinvolto	
		Profilo Economico-Finanziario	comparsa finanziaria da parte di altri soggetti	5%	100%	>= 70.000	100%
		Format Bunka Follow up	Profilo Qualità e Utenti	n° attività realizzate/n° di attività previste	100%	100%	100%
Ciclo di seminari tecnici e workshop	Profilo Qualità e Utenti	n° di seminari e workshop realizzati	100%	100%	10	100%	

5) Crescita della cultura e della formazione imprenditoriale							
Azione	Progetto	Profilo Bsc	Indicatori	Peso	% real.ne	Target	
Alternanza scuola - lavoro	Realizzazione attività in materia di alternanza scuola lavoro	Profilo Qualità e Utenti	n° attività realizzate/n° di attività previste	100%	100%	100%	100%
Studi economici	Prosecuzione delle attività di monitoraggio congiunturale e di analisi dei trends strutturali del sistema economico pratese	Profilo Qualità e Utenti	Data di elaborazione del rapporto sulla situazione economica provinciale	50%	100%	da presentare in occasione dell'8° Giornata dell'Economia	
		Profilo Qualità e Utenti	n° di indagini congiunturali realizzate nell'anno	50%	100%	2,00	100%

6) Turismo e valorizzazione del territorio							
Azione	Progetto	Profilo Bsc	Indicatori	Peso	% real.ne	Target	
Prodotti tipici ed artigianato artistico	Sostegno alle attività indirizzate alla promozione delle produzioni tipiche delle provincia	Profilo Qualità e Utenti	n° imprese partecipanti all'iniziativa regionale "Le botteghe di Vetrina Toscana"	100%	100%	30	100%
		Profilo Qualità e Utenti	n° imprese partecipanti all'evento Vinitaly	40%	100%	7	
		Profilo Qualità e Utenti	n° imprese partecipanti all'evento SOL - Salone dell'Olio Vergine ed Extravergine	40%	100%	10	
		Profilo Qualità e Utenti	n° imprese partecipanti all'iniziativa "Oleum Nostrum".	10%	100%	20	
		Profilo Qualità e Utenti	Data di completamento della relazione accompagnatoria relativa all'attivazione di un percorso di riconoscimento e tutela comunitaria del "biscotto di Prato"	10%	100%	31/12/2011	100%



6.2 Schede obiettivi con dettaglio indicatori

6.2.2 Il Cascading: dagli obiettivi strategici agli obiettivi operativi ed individuali del Dirigente del Settore Sviluppo, Imprese e Territorio



8) Regolazione del mercato							
Azione	Progetto	Profilo Bsc	Indicatori	Peso	% real.ne	Target	
Strumenti alternativi di risoluzione delle controversie (PRIORITARIO)	Revisione apparato normativo della CdC finalizzato all'adeguamento alle novità introdotte in materia di mediazione ex dlgs 28/2010	Profilo Qualità e Utenti	Scheda valutazione servizio da parte degli utenti - profilo quantitativo	10%	100%	tutti gli utenti del servizio	
		Profilo Qualità e Utenti	Scheda valutazione servizio da parte degli utenti - profilo qualitativo	15%	100%	giudizio espresso: media >= 3	
		Profilo Qualità e Utenti	Esito positivo del tentativo di mediazione	10%	86%	70%	
		Profilo Qualità e Utenti	Formazione elenco mediatori abilitati	20%	100%	100	
		Profilo Processi Interni	Adeguamento regolamentazione interna	10%	100%	100%	
		Profilo Processi Interni	Formazione del personale	10%	100%	partecipazione ad almeno n. 3 percorsi formativi	
		Profilo Innovazione e Crescita	Informatizzazione procedimentale	5%	100%	predisposizione software di gestione	
		Profilo Innovazione e Crescita	ricaduta sulla CdC in termini d'immagine	10%	100%	centralità del ruolo della CCIAA	
		Profilo Economico-Finanziario	costi esterni	5%	100%	40.000	
		Profilo Economico-Finanziario	costi interni (personale, attrezzature)	5%	100%	n. 2 unità di personale	99%
Iniziative a favore dei consumatori	Realizzazione attività in materia di monitoraggio tariffe e prezzi	Profilo Qualità e Utenti	n° attività realizzate/n° attività previste	100%	100%	100%	100%
Attività di vigilanza e controllo (PRIORITARIO)	Completamento progetto Vigilanza e controllo (protocollo d'intesa MISE/Unioncamere)	Profilo Qualità e Utenti	Numero controlli effettuati	50%	79%	si veda convenzione stipulata con Unioncamere = 29	
		Profilo Qualità e Utenti	Realizzazione giornata informativa rivolta alle imprese	10%	0%	n. 20 soggetti partecipanti	
		Profilo Qualità e Utenti	Report semestrale a Unioncamere	5%	100%	n. 2 report semestrali	
		Profilo Processi Interni	Attività di report a organi di vertice dell'ente	5%	100%	n. 5 report	
		Profilo Processi Interni	Formazione personale ispettivo incaricato	5%	100%	almeno n. 1 corso di formazione	
		Profilo Innovazione e Crescita	Banca dati VIMER	5%	100%	inserimento 100% controlli effettuati	
		Profilo Economico-Finanziario	costi esterni	10%	100%	11.000	
		Profilo Economico-Finanziario	costi interni (personale, attrezzature)	10%	100%	2 unità pers. Coinvolte nella fase ispettiva sul campo	80%
	Ruolo sanzioni ex art. 27 legge 689/81	Profilo Processi Interni	n° ruoli emessi/n° ordinanze ingiunzioni ricevute (fino al 31/12/2008)	100%	100%	100%	100%
9) Miglioramento dell'efficienza e dell'organizzazione camerale							
Azione	Progetto	Profilo Bsc	Indicatori	Peso	% real.ne	Target	
Semplificazione amministrativa	Allineamento bandi per la concessione dei contributi al nuovo sistema informativo CERC	Profilo Processi Interni	n° attività realizzate/n° attività previste	80%	100%	100%	
		Profilo Innovazione e Crescita	Data di messa a regime del sistema informativo CERC	20%	100%	30/06/2011	100%