



**Allegato alla deliberazione consiliare
n. 19/2009 del 27 ottobre 2009
composto da n. 39 pagine**

RELAZIONE PREVISIONALE E PROGRAMMATICA 2010

in conformità
al Regolamento di contabilità
(D.P.R. n. 254 del 2 novembre 2005)

Premessa

Il programma della Camera di Commercio di Pistoia, riferito all'anno 2010, è impostato secondo le disposizioni del regolamento di contabilità di cui al D.P.R. 2/11/2005 n. 254, che, si ricorda, ha introdotto per le Camere di Commercio l'adozione di un sistema di contabilità economico-patrimoniale in luogo di quella finanziaria.

La relazione previsionale e programmatica, così come disciplinata dall'art. 5 del D.P.R. 254/2005, rappresenta il documento di indirizzo strategico per l'esercizio in corso di pianificazione e deve essere approvata dal Consiglio entro il 31 ottobre; tale relazione costituisce aggiornamento per l'esercizio di riferimento del documento di programmazione pluriennale approvato con deliberazione consiliare n. 36/2005 del 13 dicembre 2005 ed è propedeutica alla predisposizione del preventivo economico e del budget direzionale.

In conformità al contenuto previsto dal citato art.5, la relazione previsionale e programmatica segue la seguente impostazione:

- a) **aggiornamento del contesto socio economico**, in quanto i programmi che si intendono attuare nell'anno di riferimento devono essere rapportati alle caratteristiche ed ai possibili sviluppi dell'economia locale ed al sistema delle relazioni con gli organismi pubblici e privati operanti sul territorio, nonché l'analisi dell'**evoluzione del quadro normativo di riferimento**;
- b) **definizione del quadro organizzativo e delle risorse economico-finanziarie** per la realizzazione delle iniziative programmatiche previste per l'esercizio di riferimento;
- b) **validazione o aggiornamento delle priorità strategiche e dei relativi obiettivi generali, previsti nel programma pluriennale**, necessari per valutare l'efficacia dell'azione politica, la validità delle scelte effettuate fino a quel momento e l'opportunità di introdurre eventuali cambiamenti;
- d) **definizione delle iniziative programmatiche previste per l'esercizio di riferimento**, in cui vengono esplicitate i progetti e le attività che costituiscono l'attuazione del programma pluriennale nell'esercizio di riferimento.

La programmazione tiene conto della particolare situazione degli organi camerali, ormai prossimi alla scadenza. E mantiene, quindi, una linea di continuità con l'attività fin qui svolta, confermando le linee strategiche e le azioni ad oggi perseguite prevedendo la destinazione di una quota consistente dei fondi disponibili ad azioni, eventi ed interventi, da realizzare anche in collaborazione con altri Enti, Istituzioni, Associazioni e da definirsi nel corso del prossimo esercizio, a cura dei rinnovati organi politici.

IL QUADRO SOCIO-ECONOMICO DELLA PROVINCIA

La lettura dei dati di seguito riportati, che delineano il quadro socio-economico della provincia, elemento di riferimento imprescindibile per individuare efficaci strategie di azione da parte dell'Ente camerale, deve tener conto del fatto che, ancora prima dell'esplosione della crisi finanziaria registratasi alla fine del 2008, l'economia provinciale mostrava già i segni di una profonda crisi strutturale.

Il ciclo economico che la ha caratterizzata a partire dagli anni 70, basato su un'economia distrettuale altamente proiettata all'export, aveva infatti già subito i contraccolpi del mercato globalizzato evidenziando, nel complesso, dinamiche di crescita stentate e progressiva perdita di competitività già prima dello scorso autunno.

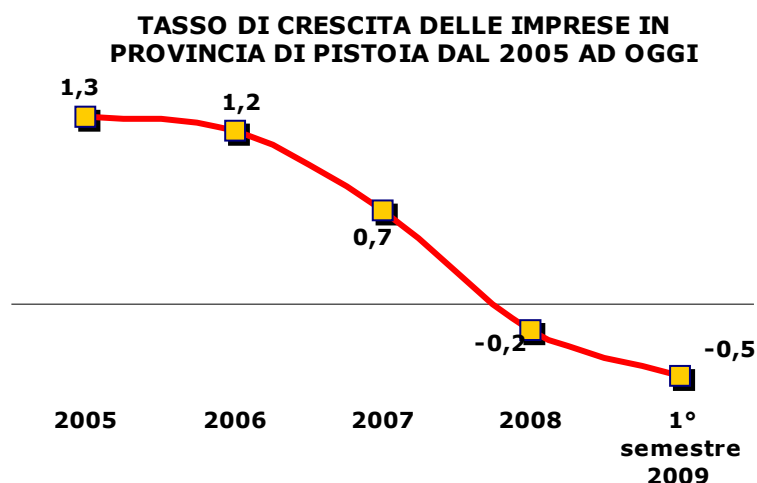
E' quindi necessario uno sforzo particolare da parte di tutti gli attori del sistema economico locale e non, al fine di favorire una inversione di tendenza che porti, in tempi che necessariamente travalicheranno il breve periodo, a recuperare competitività e posizionare gli indicatori su livelli più elevati rispetto alla situazione pre-crisi.

Al 30 giugno 2009 le imprese registrate al Registro Imprese della Camera di Commercio di Pistoia risultano pari a 34.032 unità, di cui 29.775 attive.

La dimensione media con riferimento agli addetti si conferma pari a circa tre addetti per impresa.

La ripartizione per natura giuridica vede una preponderanza (56%) di ditte individuali, il 20% di imprese costituite in forma di società di capitale, il 22% in forma di società di persone con un residuo 2% di altre forme (consorzi, cooperative ecc.).

Il tasso di **natimortalità delle imprese** in Provincia di Pistoia dal 2005 ad oggi si presenta in costante diminuzione passando da un valore positivo di +1,3 nel 2005 ad una variazione tendenziale del primo semestre 2009 negativa e pari a -0,5%.



Nello stesso arco temporale risulta leggermente modificata la distribuzione settoriale delle imprese.

L'incidenza del settore manifatturiero, che nel 2005 costituiva oltre il 18% del sistema imprenditoriale, al 30.6.2009 risulta sceso al 16,5%. In aumento, invece, l'incidenza del settore delle costruzioni che passa dal 17% al 18,5% del totale.

In flessione il commercio e turismo (29,1% nel 2005, 28,4% nel 2009), mentre cresce il settore dei servizi, sia alle imprese (16,8% nel 2009 a fronte del 15,7% del 2005), che alla persona (4,7% nel 2009, 4,5% nel 2005)

In leggera flessione anche il settore agricolo (11,3% nel 2009, 11,9% nel 2005).

Dai dati desunti dalla rilevazione Istat delle **Forze di Lavoro** nel 2008 con 121.000 occupati totali, il tasso di occupazione è stato stimato pari al 63,4%, inferiore alla media regionale (65,4%), ma superiore a quella nazionale (58,7%).

In particolare, in agricoltura si stimano 2.800 occupati, 40.500 nell'industria e 77.600 nei servizi.

Di questi il 34,8% è rappresentato dagli occupati indipendenti (il 29,5% in Toscana e il 25,5% in Italia), a conferma della peculiarità del sistema provinciale, costituito prevalentemente da piccole imprese artigianali gestite con il lavoro del solo titolare.

Le persone in cerca di occupazione sono stimate, anche per il 2008, in circa 5.000 unità di cui 2.000 maschi e 3.000 femmine, e il tasso di disoccupazione si attesta ad una quota di 4,3% (3,2% maschi, 5,9% femmine).

Il valore pistoiense risulta inferiore sia rispetto a quello regionale (5 %) che a quello nazionale (6,7%).

Per il 2009 le previsioni sull'occupazione appaiono fortemente negative. In Toscana si stimano 45 mila unità di lavoro in meno.

Per quanto riguarda il **valore aggiunto** provinciale il raffronto operato con riferimento al periodo 2005-2007 (ultimo anno di cui si dispone della stima) mostra un incremento complessivo dell'11,9%, passando da 5.829 a 6.525,6 milioni di euro.

Valore aggiunto a prezzi correnti in provincia di Pistoia per settore di attività economica. confronto 2005 - 2007

Dati in milioni di euro

	Agricoltura	Industria			Servizi	Totale
		Industria in senso stretto	Costruzioni	Totale Industria		
2005	474,6	1.145,7	358,2	1.503,9	3.850,9	5.829,4
2007	519,6	1.330,9	343,3	1.674,1	4.331,9	6.525,6

Fonte: elaborazioni Unioncamere-Tagliacarne

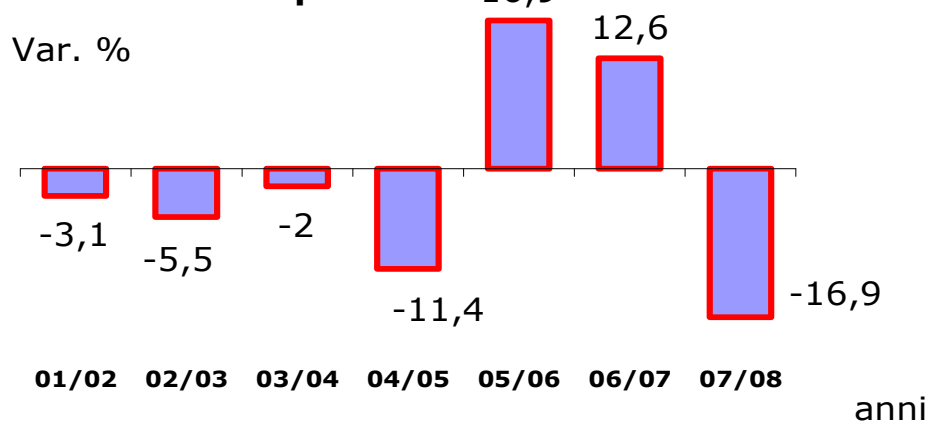
È positiva anche la variazione fra il 2005 e il 2008 del **Pil procapite** provinciale, pari al 9,8%, anche se nell'ultimo anno esso ha subito un calo del -1,12%.

Infatti la ricchezza procapite pistoiense si attesta, nel 2008, a 25.401,32 euro, collocando la provincia stessa in 9^a posizione nella graduatoria regionale.

Continuano a perdurare le difficoltà di espansione riconducibili sia al calo dei consumi interni, sia al peggioramento della performance commerciale rivolta all'estero.

Fatti salvi gli anni 2006 e 2007 che hanno mostrato andamenti positivi nel valore delle esportazioni, dal 2002 ad oggi le variazioni annuali sono risultate costantemente negative.

Variazioni tendenziali delle esportazioni in provincia di Pistoia



Nel 2008 le esportazioni totali valutate a livello provinciale ammontano a 1.383 milioni di euro, in calo del 16,9% rispetto al dato del 2007, pari a 1.664 milioni di euro, e anche al dato del 2006 risultato pari a 1.478,6 milioni euro; al contempo l'analisi del flusso delle importazioni mostra un valore pari a 779 milioni di euro del 2008 contro gli 829 milioni del 2007 (con un decremento del 7,1%) e i 791 milioni del 2006.

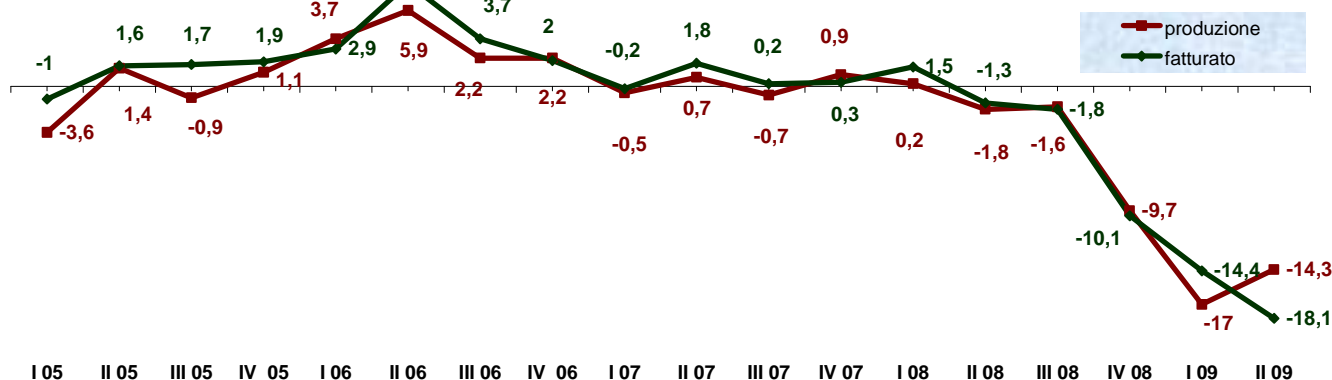
I dati relativi al primo trimestre 2009 mostrano un'accentuazione della tendenza negativa: -20,8% il calo delle esportazioni, superiore alla media regionale (-16,9%) anche se inferiore a quella nazionale (-22,8%).

Le variazioni più significative in termini relativi riguardano il settore dei mezzi di trasporto (-66,6%), il tessile (-27,1%), il settore dei mobili (-21,9%). Per la prima volta risulta negativa anche la variazione relativa alle esportazioni del settore agricolo, da riferirsi principalmente al vivaismo.

L'andamento dei flussi commerciali diretti all'estero ha influito pesantemente sull'andamento della produzione e del fatturato industriale.

La congiuntura manifatturiera industriale in Provincia di Pistoia

Andamento della produzione e del fatturato dal 2005 al 2° trimestre 2009
(variazioni % tendenziali - rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente)



Dal 2006, anno delle migliori *performance*, le curve relative alla produzione e al fatturato hanno mostrato andamenti altalenanti fino al 2008, anno in cui è iniziata la decrescita,

Segnali di rallentamento della caduta si sono tuttavia manifestati nel 2° trimestre 2009 quando la variazione tendenziale della produzione, pur mantenendosi negativa, passa da -17% a -14,3%.

La consistente perdita delle quote di mercato e, di conseguenza, il calo degli ordini e del fatturato, nonché l'aumentata carenza di liquidità da parte delle imprese dovuta, in primo luogo, agli sfasamenti tra tempi di pagamento e tempi di riscossione, non hanno stimolato la propensione all'innovazione e agli investimenti delle imprese.

Le imprese maggiormente colpite da questo fenomeno sono le piccole imprese e le imprese artigiane, in particolare quelle della subfornitura.

Per invertire questa fase di stallo le possibili strategie da mettere in campo sono individuate dalle stesse imprese: da una parte la contrazione dei costi di produzione e dall'altra il miglioramento della qualità dei prodotti, la ricerca di nuovi sbocchi commerciali la realizzazione di programmi di investimento.

Per questo diventa essenziale il ricorso al credito, ma si lamenta da più parti una scarsa disponibilità da parte del sistema bancario – pur con le dovute eccezioni - che si concretizza in richieste di maggiori garanzie e aumento dei tassi di interesse, fenomeni denunciati da quasi un terzo delle imprese manifatturiere

L'EVOLUZIONE DEL QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO

Altrettanto importante è l'analisi del quadro normativo di riferimento che appare in profonda evoluzione, sia con riferimento al quadro istituzionale complessivo (riforma della legge 580/93, riforma Brunetta del pubblico impiego, disposizioni in materia di Società partecipate) sia relativamente a specifici aspetti operativi (la nuova riforma della legge 241/90, la nuova disciplina in materia di artigianato, l'entrata in vigore delle disposizioni in materia di Comunicazione Unica d'Impresa, la delega in materia di ADR) e suscettibile di impattare profondamente sotto il profilo organizzativo dell'Ente.

La riforma della legge 580/93

L'anno 2010 dovrebbe essere caratterizzato dall'introduzione di importanti modifiche alla legge di riforma delle camere di commercio, la legge 580/93. L'art. 53 della Legge 23 luglio 2009, n. 99, entrata in vigore il 15 agosto 2009, delega infatti il Governo ad adottare, entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della legge stessa, un decreto legislativo per la riforma della disciplina in materia di Camere di Commercio.

La riforma dovrà informarsi ai seguenti principi e criteri direttivi, con l'obiettivo di aumentare l'efficacia della rete camerale nel sostegno ai sistemi economici territoriali, a parità di risorse finanziarie ed umane:

a) riordino della disciplina in materia di vigilanza sulle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, al fine di assicurare uniformità e coerenza nelle funzioni e nei compiti esercitati, nel rispetto del riparto di competenze tra lo Stato e le regioni, e revisione della disciplina relativa ai segretari generali delle camere di commercio;

b) semplificazione e rafforzamento delle procedure di nomina degli organi camerali al fine di consentire un efficace funzionamento degli stessi;

c) previsione di una maggiore trasparenza nelle procedure relative alla rilevazione del grado di rappresentatività delle organizzazioni imprenditoriali, sindacali e delle associazioni di consumatori, ai fini della designazione dei componenti delle stesse nei consigli camerali;

d) valorizzazione del ruolo delle camere di commercio quali autonomie funzionali nello svolgimento dei propri compiti di interesse generale per il sistema delle imprese nell'ambito delle economie locali, nel contesto del sistema regionale delle autonomie locali;

e) previsione di limitazioni per la costituzione di nuove camere di commercio ai fini del raggiungimento di un sufficiente equilibrio economico;

f) valorizzazione e rafforzamento del ruolo delle camere di commercio a sostegno dell'autonomia delle istituzioni scolastiche, in materia di alternanza scuola-lavoro e di orientamento al lavoro e alle professioni;

g) miglioramento degli assetti organizzativi in coerenza con i compiti assegnati alle camere di commercio sul territorio, nonché valorizzazione del ruolo dell'Unioncamere con conseguente razionalizzazione e semplificazione del sistema contrattuale.

La riforma Brunetta del Pubblico Impiego e il piano industriale della pubblica amministrazione

Il 9 ottobre 2009 è stato approvato dal Consiglio dei Ministri il Decreto legislativo di attuazione della c.d. "Legge Brunetta" di riforma della pubblica amministrazione (Legge n. 15/2009).

La riforma si pone l'obiettivo di garantire una migliore organizzazione del lavoro pubblico, di assicurare un progressivo miglioramento della qualità delle prestazioni erogate al pubblico, di ottenere adeguati livelli di produttività del lavoro pubblico e di responsabilizzare ancora di più la dirigenza pubblica su questi temi.

Tale obiettivo viene attuato mediante la ridefinizione delle norme in materia di valutazione, responsabilità dirigenziale e contrattazione collettiva con una particolare focalizzazione sul "ciclo della performance", ovvero:

- definizione degli obiettivi (rilevanti, specifici, misurabili, sfidanti, tempificati, condivisi e realizzabili);
- misurazione e valutazione (misurazione delle performance individuale e organizzativa attraverso la valutazione del grado di raggiungimento degli obiettivi)
- rendicontazione (Performance report) ai fini del controllo interno e esterno (compresi i cittadini).

Nell'ottica della riforma l'attribuzione degli incentivi dovrà essere selettiva mediante logica comparativa basata su sistemi di valutazione accreditati/certificati e la responsabilità della valutazione ricadrà integralmente sulla Dirigenza. Per contro verrà garantita piena autonomia e responsabilità del dirigente, quale datore di lavoro pubblico, nella gestione delle risorse umane e nella individuazione dei profili professionali necessari allo svolgimento dei compiti istituzionali e al raggiungimento degli obiettivi.

Dovranno, pertanto, essere rivisti gli assetti organizzativi e contrattuali nell'ottica definita dalla riforma nell'ambito di un processo, peraltro, già da tempo avviato da parte dell'Ente camerale.

La riforma del pubblico impiego si inserisce nel quadro più ampio del "piano industriale della pubblica amministrazione" che non passa solo dall'ottimizzazione della produttività del lavoro, ma anche dall'emanazione di misure, normative e non, dirette a razionalizzare l'organizzazione delle Pubbliche Amministrazioni e a sviluppare una forte accelerazione dell'innovazione tecnologica, riconoscendo un ruolo strategico alla "digitalizzazione" della pubblica amministrazione, settore in cui, tuttavia, le Camere di Commercio sono all'avanguardia ma sul quale, proprio per la capacità di dimostrata dal sistema, vengono ulteriormente chiamate ad investire (si veda, ad esempio, l'introduzione della Comunicazione Unica d'Impresa).

Incrementati anche gli obblighi informativi a carico di tutte le pubbliche amministrazioni e, quindi, anche delle Camere di Commercio, nell'ottica di una maggior trasparenza a vantaggio dei cittadini e delle imprese che si traduce, tuttavia, in un appesantimento delle procedure per l'Ente.

La legislazione in materia di Società partecipate

In continua evoluzione la disciplina in materia di Società partecipate, evoluzione che conferma, tuttavia, lo sfavore del legislatore verso tale forma di intervento.

Entro il 31 dicembre 2010 dovrà essere completata l'analisi delle partecipazioni detenute dalla Camera di Commercio e dovranno essere avviate le procedure di dismissione delle partecipazioni ritenute non indispensabili in relazione a quelle che sono le finalità dell'Ente

Le modifiche alla legge 241/90

La legge 69/2009 ha apportato nuove modifiche alla legge 241/90 riportando il termine di conclusione ordinario dei procedimenti a 30 giorni e prevedendo espressamente l'ipotesi di risarcimento del danno ingiusto cagionato in conseguenza dell'inosservanza dolosa o colposa del termine stesso.

Tra le ulteriori modifiche, l'estensione dell'applicazione dell'istituto della Dichiarazione di Inizio Attività - in un'ottica di semplificazione - è suscettibile di un impatto rilevante sull'attività dell'Ente.

La nuova disciplina in materia di artigianato

Sul BURT del 14 ottobre è stato pubblicato il regolamento attuativo della legge regionale per l'artigianato (DPGR n.55/R del 7/10/2009, BURT parte I del bollettino n.38 del 14/10/2009). Detto regolamento entrerà in vigore il 29 ottobre p.v. Da tale data cesserà di avere applicazione nel territorio della regione la legge 44/85 (legge quadro per l'artigianato).

La novità più rilevante e di maggior impatto per l'Ente è rappresentata dalla soppressione delle Commissioni Provinciali per l'Artigianato e la conseguente attribuzione delle funzioni delle CPA attinenti l'iscrizione, la modificazione e la cancellazione delle imprese artigiane alle Camere di Commercio territorialmente competenti. La tenuta dell'albo artigiani sarà assicurata dalle CCIAA sulla base di un protocollo d'intesa stipulato tra la Regione e Unioncamere Toscana.

Tale novità, se da un lato si tradurrà necessariamente in uno sforzo organizzativo rilevante da parte dell'Ente, dal lato dell'impresa comporterà una sensibile semplificazione risultando sufficiente, ai fini dell'iscrizione nell'albo artigiani, la sola presentazione alla CCIAA da parte del titolare dell'impresa, con modalità telematica, di una Dichiarazione di Inizio Attività (DIA) attestante il possesso dei requisiti prescritti dalla legge. La presentazione della dichiarazione consentirà l'immediato avvio dell'attività di impresa e darà luogo all'attribuzione del numero di iscrizione nell'albo. Semplificati anche gli adempimenti successivi mediante l'eliminazione di numerosi obblighi di comunicazione oggi previsti e la maggiore integrazione tra gestione dell'Albo e registro delle Imprese.

A tutela dell'artigianato artistico e tradizionale, infine, il regolamento provvede a individuare i mestieri artistici e tradizionali toscani e definisce le figure della "bottega scuola" e del "maestro artigiano".

L'obbligatorietà della Comunicazione Unica d'Impresa

Il 1° di ottobre 2009 sono entrate in vigore le disposizioni relative alla Comunicazione Unica d'Impresa ed è quindi possibile presentare al Registro Imprese una sola istanza telematica diretta al Registro delle imprese stesso, all'Agenzia delle entrate, all'INPS, all'INAIL, al Ministero del lavoro della salute e delle politiche sociali connessa alla costituzione, alla modifica ed alla cancellazione di un'impresa, individuale o collettiva.

La nuova procedura è esclusivamente telematica e richiede l'utilizzo della firma digitale e del software gratuito ComUnica che guida l'utente nella compilazione della Comunicazione unica e nelle successive variazioni e cancellazioni.

La Comunicazione Unica sarà obbligatoria a decorrere dal 1° aprile 2010 e comporterà la necessità di una sensibile riorganizzazione del servizio a seguito della completa telematizzazione delle pratiche e alla conseguente necessità di revisione delle procedure seguite.

La delega al Governo in materia di mediazione e di conciliazione delle controversie civili e commerciali.

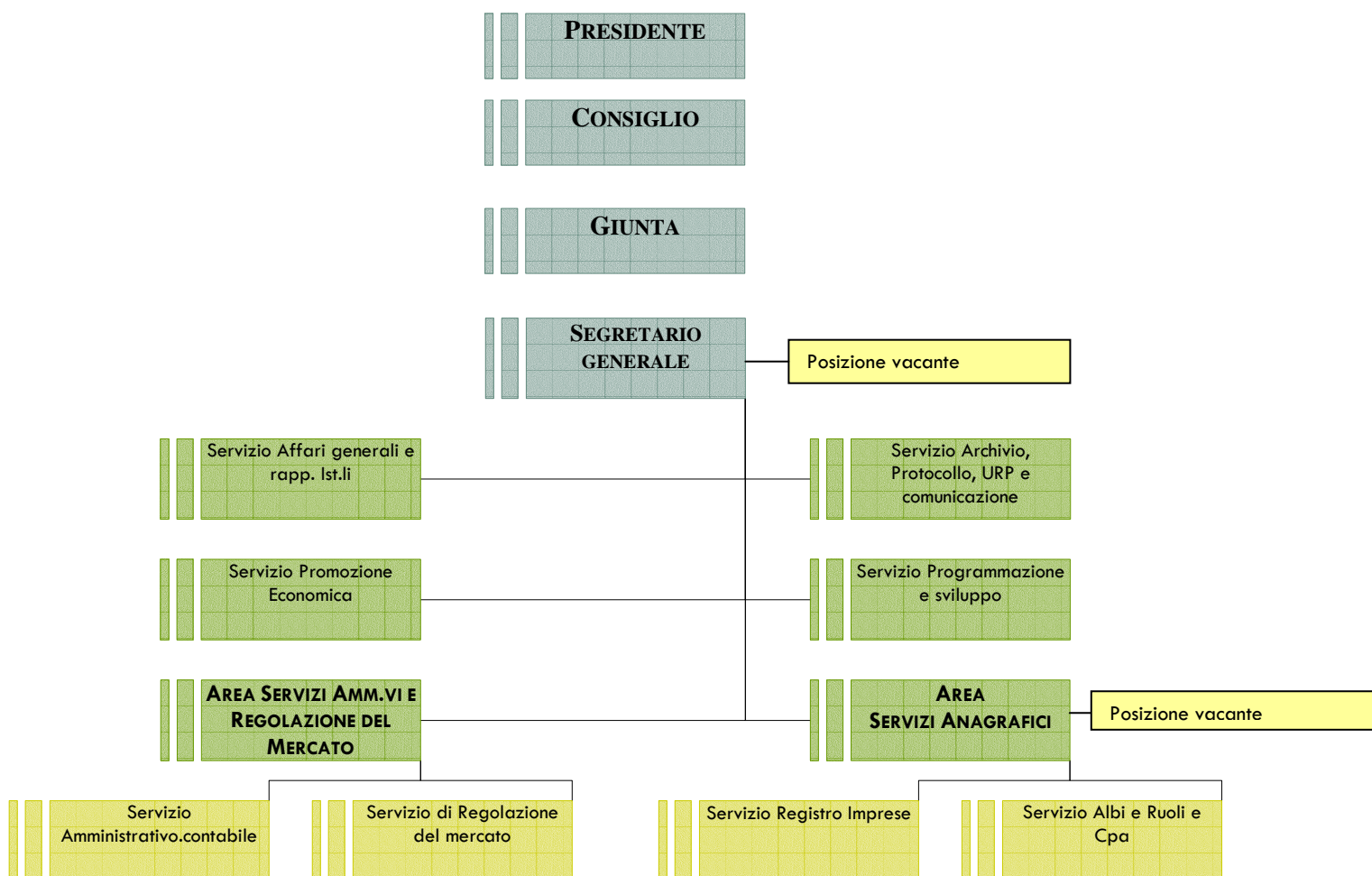
L'art. 60 della Legge 69/2009, entrata in vigore il 4 luglio 2009, contiene la delega al Governo ad adottare, entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della legge stessa, uno o più decreti legislativi in materia di mediazione e di conciliazione in ambito civile e commerciale.

La delega prevede l'ampliamento della possibilità di ricorso allo strumento della conciliazione, che viene visto come un rimedio di carattere generale, e prevede l'inclusione di diritto delle Camere di Commercio nel registro degli organismi deputati alla gestione delle procedure conciliative, in considerazione dell'ormai affermato ruolo delle Camere in tale settore.

L'esercizio della delega è suscettibile di determinare un ulteriore e sensibile incremento delle procedure gestite dagli organismi camerali, riconosciuti unanimemente quali organismi terzi e imparziali.

IL QUADRO ORGANIZZATIVO E DELLE RISORSE ECONOMICO-FINANZIARIE

ORGANIGRAMMA CAMERALE AL 31.12.09 (PROIEZIONE)



Gli anni di mandato degli attuali organi camerali sono stati caratterizzati da un processo di razionalizzazione delle risorse umane che ha portato ad una decisa riduzione del numero di dipendenti in organico.

Al **31.12.2005** l'Ente camerale aveva un organico costituito da **64 dipendenti (di cui 3 con qualifica dirigenziale)** e operava anche per il tramite di un'azienda speciale, il Cosp, con una struttura organizzativa costituita da un direttore e 8 dipendenti. L'attività veniva quindi svolta con un personale complessivo pari a **73 unità operative, di cui 4 con qualifica dirigenziale**.

Al **1 gennaio 2006** l'azienda speciale Cosp è stata chiusa e l'ente camerale ne ha assorbito i dipendenti.

Al **31.12.2007**, nonostante l'assorbimento del personale ex Cosp, l'organico camerale era costituito da **65 dipendenti, di cui 3 con qualifica dirigenziale**. Il personale cessato negli ultimi due anni non è stato sostituito. Questa scelta ha permesso di tornare, dopo appena un biennio, sui valori antecedenti all'operazione Cosp, accantonando il risparmio conseguente alla chiusura dell'azienda speciale.

Al 31.12.2008 l'organico camerale era costituito da **62 dipendenti, di cui 2 con qualifica dirigenziale.**

La proiezione del numero di dipendenti al 31.12.09 è la seguente:

N. Dipendenti		
60	Dipendenti a tempo indeterminato	
1	Dirigenti	
61		
5	Dipendenti a tempo determinato	
66		

Confronto con gli esercizi precedenti (personale a tempo indet. e dirigenti)

31.12.06	71	68 dipendenti a tempo indeterminato 3 dirigenti
31.12.07	65	62 dipendenti a tempo indeterminato 3 dirigenti
31.12.08	62	60 dipendenti a tempo indeterminato 2 dirigenti
31.12.09	61	60 dipendenti a tempo indeterminato 1 dirigente

PROIEZIONE SITUAZIONE DEL PERSONALE NON DIRIGENTE AL 31.12.09

AREA	Dotazione attuale	Pianta organica	Grado di copertura %
<i>Segreteria Generale, Protocollo e comunicazione</i>	11		
<i>Programmazione e Sviluppo e Promozione</i>	12		
<i>Anagrafe</i>	19		
<i>Regolazione del mercato</i>	6		
<i>Amministrazione</i>	12		
	60 ^(*)	74 ^(*)	81,08%

(*) numero di dipendenti, indipendentemente dal tipo di rapporto di lavoro (tempo pieno o part-time, tempo indeter.)

POLITICHE DEL SISTEMA CAMERALE E RAPPORTI DI COOPERAZIONE CON LE ISTITUZIONI LOCALI

Uno dei principali obiettivi strategici dell'attuale Consiglio Camerale resta la rivalutazione del ruolo dell'Ente camerale quale co-protagonista delle politiche di sviluppo economico-sociale del territorio provinciale, valorizzando il posizionamento della Camera nel circuito istituzionale del locale, con rinnovata autorevolezza in termini di rappresentanza degli interessi generali del sistema economico locale.

La Camera, sia attraverso Unioncamere Toscana che direttamente, intende programmare le proprie azioni in sinergia con le istituzioni locali, pubbliche e private, anche attraverso la stipula di protocolli d'intesa e convenzioni. Anche nel 2010, come negli esercizi passati, l'Ente si adopererà affinché i programmi dell'Unione siano di reale interesse per le imprese della nostra provincia.

L'Ente persegue i propri scopi, oltre che direttamente, anche attraverso alcuni organismi di diretta emanazione, dotati di ampia autonomia gestionale:

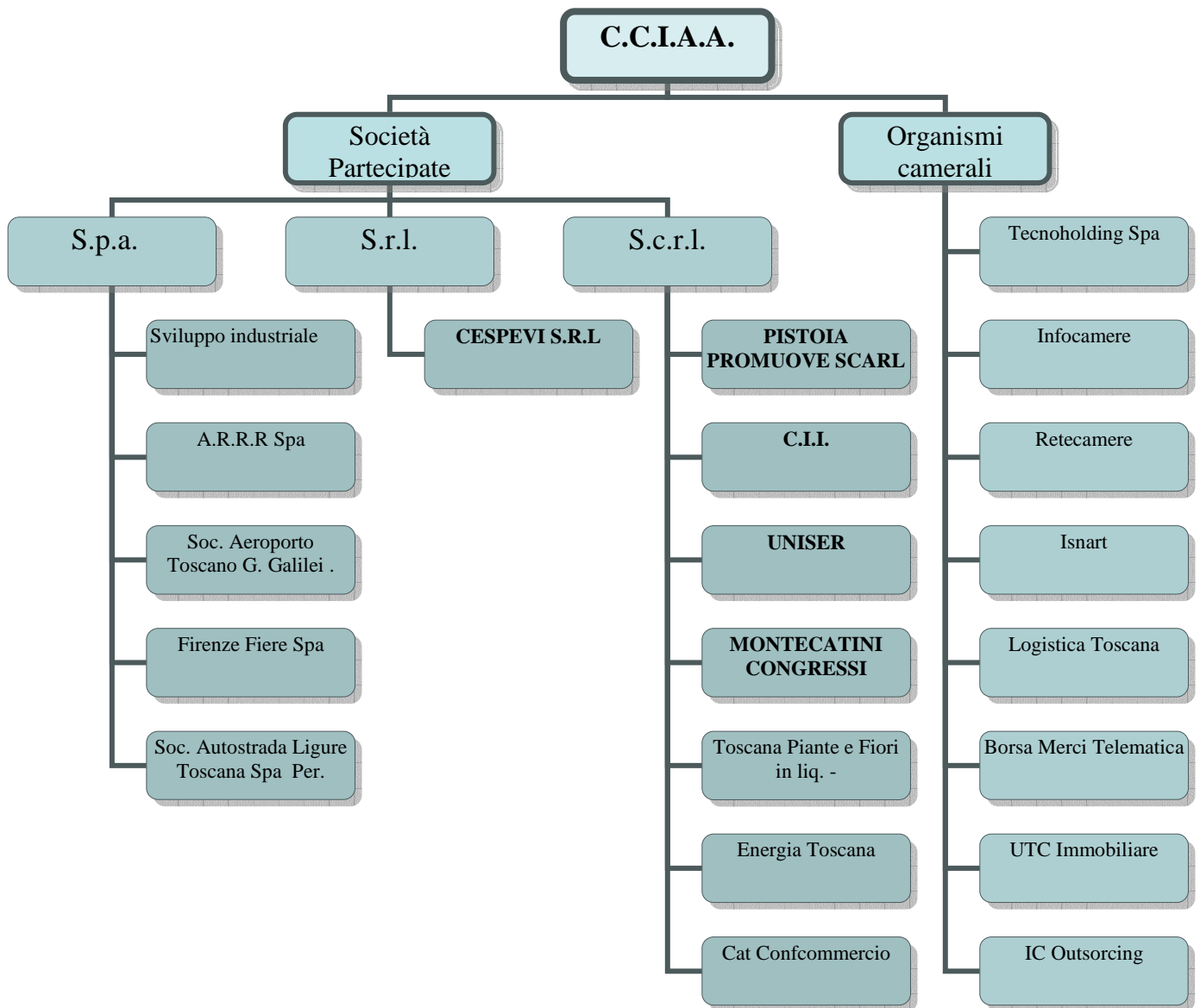
- a) il CESPEVI SRL – Centro sperimentale per il vivaismo, società partecipata all'80% dall'Ente camerale e per il restante 20% dalla Cassa di Risparmio di Pistoia e Pescia che si occupa di sperimentazione e ricerca;
- b) Pistoia Promuove Srl, società partecipata all'86,28% dalla Camera di Commercio, destinata alla gestione operativa dell'attività promozionale camerale., con particolare riferimento all'organizzazione e gestione di mostre e fiere ed eventi internazionali. L'ente camerale dovrebbe definire iniziative e progetti la cui realizzazione, dal punto di vista operativo, sarà demandata alla società.

Nel modello concertativo adottato rientrano anche le attività camerali collegate alle altre **PARTECIPATE** che necessitano di un'attenta valutazione rispetto alle *mission* e ai risultati, con particolare riferimento alle partecipate nelle quali l'Ente detiene una quota rilevante di capitale. Gli stanziamenti dedicati alle partecipate camerali sono riassunti nelle linee strategiche delle quali possono considerarsi strumentali.

Tale modalità di operare, conforme agli indirizzi dettati dalla legge numero 580/1993 di riforma del sistema delle Camere di Commercio (la quale ha espressamente previsto, all'articolo 2, che queste ultime, per il raggiungimento dei propri scopi, "promuovono, realizzano e gestiscono strutture ed infrastrutture di interesse economico generale a livello locale, regionale e nazionale, direttamente o mediante la partecipazione, secondo le norme del codice civile, con altri soggetti pubblici e privati, ad organismi anche associativi, ad enti, a consorzi e a società") consente di sfruttare a pieno le possibili sinergie, pur con le difficoltà connesse ad una legislazione che vede con sempre minor favore queste forme di intervento.

Di particolare rilievo, nell'ottica della concertazione, la partecipazione a Pistoia Futura – Laboratorio per la programmazione strategica (già Osservatorio provinciale per la programmazione strategica), associazione nata proprio con l'obiettivo di rafforzare i processi di concertazione tra enti pubblici, associazioni di categoria, organizzazioni sindacali ed altri soggetti protagonisti dello sviluppo locale mettendo a sistema gli osservatori esistenti in materia economica e sociale; promuovendo attività di analisi al fine di determinare scenari a livello territoriale e/o settoriale; individuando progetti prioritari e le relative modalità per la loro realizzazione, proponendo le collaborazioni necessarie.

Pistoia Futura costituisce, inoltre, lo strumento mirato a sostenere il territorio provinciale nello sforzo di adeguamento ai nuovi indirizzi della programmazione regionale ed alle nuove modalità di accesso alle risorse comunitarie che sempre più pongono al centro la concertazione e la progettazione integrata in relazione agli obiettivi da perseguire.



La Camera di Commercio di Pistoia è infine parte di una rete di partecipazioni in società ed enti associativi a livello nazionale, regionale e locale finalizzata sia all'acquisizione di servizi strumentali alla propria attività, che alla promozione e allo sviluppo del sistema delle imprese, anche attraverso la gestione di infrastrutture di interesse generale. Tale rete costituisce parte integrante del sistema delle Camere di Commercio complessivamente inteso.

In Italia il Sistema è rappresentato da Unioncamere, l'Unione italiana delle Camere di Commercio, che promuove, realizza e gestisce servizi e attività di interesse per l'intera rete camerale.

Unioncamere è affiancata dalle strutture nazionali di Sistema in grado di offrire servizi tecnici e professionali alle aziende e alle stesse Camere.

A livello regionale risultano costituite 19 Unioni, tra le quali Unioncamere Toscana, le cui azioni sono finalizzate allo sviluppo di attività che interessano, nell'ambito della Regione di riferimento, più di una circoscrizione territoriale, nonché al coordinamento dei rapporti con gli enti regionali territorialmente competenti.

A livello locale, le Camere di Commercio possono costituire Aziende speciali e reti di partecipazioni in Società ed Enti associativi finalizzate sia all'acquisizione di servizi strumentali alla loro attività, che alla promozione e allo sviluppo del sistema delle imprese, anche attraverso la gestione di infrastrutture di interesse generale, reti che vanno ad integrarsi e a completare il sistema camerale complessivamente inteso.

A livello europeo, la sede Unioncamere di Bruxelles promuove le attività del Sistema camerale italiano verso le istituzioni europee e rappresenta il sistema camerale italiano in seno a Eurochambres, associazione alla quale aderiscono 45 organismi camerali di rappresentanza nazionale di Paesi europei e il Network delle Camere di commercio delle isole dell'Unione europea.

Nel mondo sono attive le Camere di Commercio italiane all'estero, libere associazioni di imprenditori e di professionisti, italiani e locali. In Italia operano, inoltre, le Camere di Commercio italo estere o estere in Italia, nate per favorire i rapporti bilaterali tra i rispettivi Paesi d'origine e l'Italia, con interventi che mirano all'inserimento delle imprese nel mercato.

Prospettiva economico-finanziaria

La stima dell'entità delle risorse economiche di competenza dell'esercizio 2010 mostra una flessione per quanto concerne le principali entrate dell'Ente, a fronte di un livello di spesa che appare di difficile ulteriore contrazione.

In particolare gli introiti per **diritto annuale**, pur in diminuzione in considerazione della crisi economica che comporta una riduzione della base imponibile, si confermano il principale provento dell'Ente con una previsione di ricavo - comprensiva di sanzioni e interessi - pari a **5,825 milioni di euro** (elaborazione InfoCamere del 10 ottobre 2009) che, al netto delle presumibili perdite su crediti, si riducono a **4,785 milioni di euro**. La stima è stata effettuata sulla base dei principi contabili di cui alla Circolare MiSE 3622/c del 5 febbraio 2009 applicando criteri di calcolo prudenziali ad invarianza di aliquote, nelle more dell'emanazione del decreto di fissazione delle misura del diritto dovuto per l'anno 2010.

I **diritti di segreteria** hanno mostrato, nell'esercizio in corso, una non trascurabile flessione a seguito dell'incremento delle pratiche telematiche, che scontano diritti inferiori. Tale flessione proseguirà verosimilmente, anche nel corso del 2010, in considerazione dell'estensione, a partire dal 1° aprile 2010, dell'obbligo di presentazione telematica delle pratiche anche da parte delle imprese individuali che porta a ridurre la stima a **1,4 milioni di euro**. Tale stima è suscettibile di revisione a seguito dell'emanazione dell'annunciato Decreto Ministeriale che provvederà a ridefinire gli importi dei diritti di segreteria dovuti alle Camere di Commercio.

L'ammontare dei proventi per **contributi e trasferimenti** è valutabile in **0,7 milioni di euro**, fatte salve le variazioni connesse all'entità dei contributi a valere sul Fondo di perequazione in relazione ai nuovi progetti che, eventualmente, saranno ammessi a contributo nonché ad una più precisa definizione della competenza economica relativa ai progetti in corso di realizzazione

I **proventi di natura commerciale** sono stimabili in **1,625 milioni di euro**, di cui 1,5 milioni di Euro relativi agli introiti preventivati in relazione alla realizzazione della manifestazione "Immagine Italia & Co."

Il **saldo netto delle gestioni accessorie** (gestione finanziaria e gestione straordinaria), per quanto ad oggi stimabile, avrà un'incidenza estremamente ridotta contribuendo per ulteriori **0,04 milioni di euro**.

Le **risorse economiche di competenza** dell'esercizio sono, pertanto, **complessivamente** valutabili in **8,55 milioni di euro**, in flessione rispetto agli esercizi precedenti.

I costi non presentano, in prospettiva, significative variazioni rispetto alle previsioni di pre-consuntivo relative all'esercizio in corso, in considerazione della politica di stretto contenimento degli stessi da tempo attuata e che ne rende difficile una ulteriore contrazione, fatta eccezione per le spese di personale che continuano a mostrare una tendenziale riduzione a seguito del blocco del turn-over operato negli ultimi esercizi.

Nel loro complesso, pertanto, gli **oneri correnti** - al netto degli oneri per la realizzazione di interventi di promozione e informazione economica - sono stimabili in circa **6,6 milioni di euro**.

Le **risorse di competenza destinabili ad iniziative di promozione ed informazione economica** ammontano, pertanto, a 1,95 milioni di euro, comprensivi dell'importo di 1,5 milioni di euro da destinarsi alla realizzazione della manifestazione "Immagine Italia & Co." (corrispondenti alla previsione di ricavi connessi alla medesima manifestazione, da destinarsi alla copertura delle spese per la sua realizzazione).

Tali risorse saranno integrate dall'utilizzo parziale degli avanzi patrimonializzati disponibili relativi agli esercizi precedenti.

Il principio del pareggio di bilancio, sancito dall'art. 2, comma 2, del D.P.R. 2 novembre 2005, n. 254, recante il "Regolamento per la disciplina della gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere

di Commercio”, deve infatti intendersi non quale necessaria coincidenza tra ammontare totale dei costi e dei ricavi riferiti al singolo esercizio, bensì quale salvaguardia dell’equilibrio economico-patrimoniale complessivo dell’Ente in una prospettiva di medio-lungo periodo.

Coerentemente a tale impostazione il medesimo art. 2 precisa che il pareggio di bilancio può essere ottenuto anche mediante l’utilizzo degli avanzi economici patrimonializzati relativi agli esercizi precedenti, ivi incluso l’avanzo presunto riferito all’esercizio immediatamente precedente a quello oggetto di previsione (ovvero dedotto l’avanzo presumibilmente utilizzato in detto esercizio).

Al fine di preservare l’equilibrio economico-patrimoniale dell’Ente, peraltro, non potrà utilizzarsi l’intero avanzo patrimonializzato risultante dall’ultimo bilancio approvato, dovendo escludere la componente immobilizzata del patrimonio netto complessivo (immobilizzazioni materiali, immateriali e finanziarie) e garantire l’integrale copertura delle passività esistenti, incluse quelle di medio-lungo periodo.

L’avanzo patrimonializzato disponibile (al lordo della riserva ex DPR 254/05) ammonta a 5,245 milioni di euro alla data del 31 dicembre 2008 che, al netto degli utilizzi preventivati per l’esercizio in corso, si riduce a 2,125 milioni di euro, di cui **1,82 milioni di euro vengono destinati ad incremento delle disponibilità destinate ad interventi di promozione economica da realizzarsi nel corso del 2010.**

La destinazione degli avanzi patrimonializzati eventualmente utilizzati in misura inferiore a quella preventivata con riferimento all’esercizio in corso sarà individuata in sede di aggiornamento del preventivo 2010, ai sensi dell’art. 12 del DPR 254/2005, anche al fine di garantire la prosecuzione dello sforzo nel sostegno all’economia provinciale anche nei futuri esercizi.

Per quanto concerne la liquidità, nel corso del 2010 sarà restituita all’Ente la quinta e ultima rata (0,99 milioni di euro) delle somme esistenti presso la Banca d’Italia alla data del 31 dicembre 2005 e introitate dallo Stato in seguito alla fuoriuscita delle Camere di Commercio dal sistema della tesoreria unica

Considerato l’andamento del ciclo finanziario caratteristico, e il saldo disponibile presso l’istituto cassiere, la liquidità appare sufficiente a garantire la piena copertura delle uscite connesse ai costi e alle spese di investimento di competenza, nonché al pagamento di debiti pregressi in scadenza nell’esercizio.

Le priorità dell'azione camerale nel 2010

L'attività programmata per l'esercizio 2010 non può che prendere spunto dalle linee strategiche di mandato approvate dagli amministratori camerale nel 2005 e deve obbligatoriamente tenere conto del contenuto del Piano di Sviluppo Economico della Regione Toscana per gli anni 2006-2010, approvato dalla Giunta Regionale il 30.05.06.

Gli assi d'intervento della programmazione regionale sono quattro:

- la promozione della ricerca e del trasferimento tecnologico alle imprese;
- l'internazionalizzazione del sistema produttivo locale;
- la spinta alla riorganizzazione e diversificazione dei settori industriali verso tipologie produttive a più elevato contenuto di conoscenza;
- la qualificazione e promozione dell'offerta turistica e commerciale locale.

Di seguito le linee strategiche individuate nel programma di mandato approvato dal Consiglio Camerale nel 2005 e le priorità dell'azione camerale nel 2010, definite in coerenza sia con il programma di mandato che con gli assi d'intervento regionali:

LINEE STRATEGICHE DI MANDATO

1. GOVERNANCE E COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE
2. SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA E ORIENTAMENTO AL CLIENTE
3. SVILUPPO DELL'ECONOMIA LOCALE E SOSTEGNO ALLE IMPRESE
4. PROMOZIONE DI UNA CULTURA DELLA LEGALITÀ E TUTELA DEL CONSUMATORE

In questa difficile fase congiunturale, la scelta operata dalla Camera di Commercio di Pistoia è quella di mantenere il proprio impegno per il rilancio del sistema socio-economico locale, favorendo in primo luogo la semplificazione amministrativa, l'accesso al credito, i processi di internazionalizzazione delle imprese.

La sfida consiste nell'investire per l'evoluzione del territorio.

PRIORITA' AZIONE CAMERALE 2010

1. GOVERNANCE E COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

- 1.1 COMUNICAZIONE EFFICACE
- 1.2 PROGRAMMA PLURIENNALE

2. SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA E ORIENTAMENTO ALL'UTENTE/CLIENTE

- 2.1 INCREMENTO DELL'ACCESSIBILITÀ AI SERVIZI CAMERALI
- 2.2 VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO INFORMATIVO CAMERALE
- 2.3 SERVIZI CAMERALI DI QUALITÀ

3. SVILUPPO DELL'ECONOMIA LOCALE E SOSTEGNO ALLE IMPRESE:

- 3.1 VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE AMBIENTALI, CULTURALI, PRODUTTIVE ED

ECONOMICHE TERRITORIO (PROMOZIONE DEL TERRITORIO, COMMERCIO E TURISMO, AGROALIMENTARE)

3.2 INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE FILIERE PRODUTTIVE (FLOROVIVAISMO-METALMECCANICO-MANIFATTURIERO)

3.3 SOSTEGNO ALLO SVILUPPO DEL CAPITALE INTELLETTUALE

3.4 SOSTEGNO ALLE IMPRESE IN PERIODO DI CRISI

4. PROMOZIONE DI UNA CULTURA DELLA LEGALITÀ E TUTELA DEL CONSUMATORE

4.1 RAFFORZAMENTO DELLE ATTIVITÀ DI VIGILANZA E CONTROLLO

4.2 DIFFUSIONE DELLA CONOSCENZA DEGLI STRUMENTI DI RISOLUZIONE ALTERNATIVA DELLE CONTROVERSIE

4.3 TRASPARENZA DEI MERCATI E INFORMAZIONE AL CONSUMATORE

LINEA STRATEGICA 1: Governance e comunicazione istituzionale

ONERI	15.690,00	Spese di funzionamento
	45.000,00	Iniziative di promozione e informazione economica
INVESTIMENTI	1.000.000,00	Ristrutturazione sede camerale (*)

(*) importo già inserito nel bilancio 2009: quota riportata al 2010 per competenza

Il ruolo crescente della Camera di Commercio nel governo delle dinamiche evolutive e di sviluppo dell'economia e del sistema produttivo locale richiedono una costante attenzione verso le molteplici istanze provenienti sia dalle istituzioni, sia direttamente dalle imprese. La Camera di Commercio è per sua natura depositaria di informazioni chiave per la governance di tali dinamiche e la loro efficace divulgazione può favorire il confronto e la ricerca di strategie di intervento condivise con gli altri attori dello sviluppo.

Programma 1.1

COMUNICAZIONE EFFICACE

Descrizione

La Camera di Commercio si pone l'obiettivo di migliorare sia la comunicazione con il proprio pubblico - le imprese e i consumatori - sia quella che avviene all'interno dei propri uffici.

La comunicazione esterna della Camera passa attraverso la costruzione e il mantenimento di rapporti organici con i media, la gestione del sito istituzionale, delle newsletter e la realizzazione di eventi ed altre attività di comunicazione in senso lato.

Tra queste la presentazione del **quinto Bilancio Sociale**, che chiude la rendicontazione del corrente mandato degli organi politici.

Attraverso i numerosi canali informativi si intende trasmettere una rinnovata immagine dell'Ente camerale, che concorra a riaffermare il ruolo di primaria istituzione che la Camera di Commercio di Pistoia ricopre nel panorama locale.

In questa direzione anche il **rinnovamento strutturale del palazzo camerale, oggetto di una profonda ristrutturazione sia ai fini di migliorarne la funzionalità e la fruibilità da parte dell'utenza e degli addetti**, che di adeguare lo stesso alle vigenti normative. Con l'occasione si intende altresì ripristinare la configurazione architettonica data all'edificio dall'Architetto Brizzi negli anni '30, recuperando lo stesso al patrimonio storico e cultura di Pistoia.

La Camera di Commercio partecipa inoltre all'operazione trasparenza della pubblica amministrazione mettendo a disposizione degli utenti, attraverso il sito, tutti i documenti che devono essere resi pubblici e accessibili. **Il sito web sarà infine "rivisitato"**, con l'obiettivo di renderlo ancora maggiormente leggibile e più facilmente fruibile, tenuto conto dei nuovi obblighi di pubblicità di cui sopra.

Prioritario nel prossimo esercizio **l'implementazione di sistemi informativi che consentano di costituire delle banche dati degli utenti/clienti camerali** alla quale accedere per "comunicare" all'esterno le principali iniziative camerali, consentendo di organizzare in maniera più mirata la pubblicizzazione delle iniziative stesse.

Anche la **comunicazione interna** è ritenuta altrettanto strategica per un efficace funzionamento dell'amministrazione. Sarà potenziata mediante l'utilizzo di nuovi canali, principalmente di tipo informatico, che consentano di far circolare più facilmente le informazioni tra il personale camerale e tra la Camera e le sue partecipate di riferimento. In questa direzione l'implementazione di un'area informatica comune nella quale dirottare le informazioni e i documenti di interesse collettivo.

Obiettivo di programma

Affermare una nuova immagine dell'Ente camerale, protagonista istituzionale del panorama locale anche attraverso una reinterpretazione dell'attività di governante territoriale

Concludere i progetti di ristrutturazione del palazzo camerale

Costruire strumenti in grado di facilitare la comunicazione "mirata" al pubblico di riferimento

Potenziare la comunicazione e la circolazione delle informazioni all'interno e all'esterno dell'amministrazione

Risultati attesi

Accresciuto riconoscimento istituzionale dell'Ente camerale

Miglioramento del clima aziendale

Riduzione dei costi di gestione connessi alla trasmissione cartacea e/o via e-mail delle informazioni

Programma 1.2

PROGRAMMA PLURIENNALE

Descrizione

Nel corso del 2010 è previsto il rinnovo degli Organi della Camera di Commercio. Come indicato dal DPR 254/05, con l'insediamento dei nuovi Organi, la Camera deve provvedere alla definizione ed approvazione da parte del Consiglio del programma pluriennale 2010-2014 individuando le priorità e gli obiettivi strategici di mandato.

Propedeuticamente alla stesura del programma pluriennale, si rendono necessarie le seguenti attività di studi e ricerche:

- valutazione delle politiche camerali dell'ultimo mandato (bilancio di mandato)
- le politiche di sviluppo delle altre istituzionali locali
- analisi dell'evoluzione del contesto socio-economico del territorio e del tessuto produttivo
- analisi del contesto socio-organizzativo della Camera
- analisi delle risorse economiche, finanziarie e patrimoniali disponibili per il mandato.

Obiettivi di programma

Definizione del Programma Pluriennale 2010-2014

Risultati attesi

Approvazione del Programma Pluriennale 2010-2014 entro ottobre 2010

LINEA STRATEGICA 2

SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA E ORIENTAMENTO ALL'UTENTE/CLIENTE

ONERI		
	190.000,00	Spese di funzionamento
	125.000,00	Iniziative di informazione economica

La modernizzazione e la crescita del tessuto economico locale richiedono, oltre ad una solida classe imprenditoriale un contesto ambientale in grado di sostenere le aziende. Tra gli elementi che connotano un habitat favorevole assumono particolare rilevanza le politiche destinate alla semplificazione dell'attività amministrativa che portano verso la trasformazione da un'amministrazione burocratica ad una orientata al servizio all'utente.

Di seguito i principali programmi che realizzano la linea strategica 2.

Programma 2.1

INCREMENTO DELL'ACCESSIBILITA' AI SERVIZI CAMERALI

Descrizione

L'area dei servizi anagrafici e amministrativi è stata interessata nel corso degli ultimi anni da profonde trasformazioni.

La telematizzazione del Registro Imprese ha innovato profondamente le logiche di funzionamento e le modalità di offerta del servizio e ha dato un forte impulso al cambiamento in tutti gli ambiti dell'attività camerale. L'utilizzo diffuso delle tecnologie digitali sta stimolando un percorso di rinnovamento che avrà influenza su numerose modalità di lavoro e su molti processi camerali con un significativo impatto sulla semplificazione degli adempimenti per gli utenti.

*Una tappa importante di questo percorso sarà l'entrata in vigore della **comunicazione unica** prevista dal decreto-legge Bersani.*

Dal 1 aprile 2010 l'ufficio del Registro Imprese diventerà lo "sportello unico per le imprese", punto di accesso integrato per la comunicazione di avvio, modificazione e cessazione dell'impresa, anche ai fini fiscali, previdenziali ed assistenziali.

Esso sarà al centro di un intenso flusso di comunicazioni con le altre Amministrazioni coinvolte nel procedimento - Agenzia delle Entrate, INPS e INAIL - con le quali dovrà collaborare costantemente al fine di ottimizzare i processi e ridurre al minimo i disagi per gli utenti.

Le novità introdotte dalla "comunicazione unica" avranno un significativo impatto sulla semplificazione degli adempimenti per gli utenti, che dovranno rivolgersi ad un unico interlocutore, e determineranno un radicale mutamento delle prassi operative delle imprese e dei professionisti. Si renderà quindi necessario prevedere un insieme di iniziative che favoriscano il passaggio al nuovo sistema e l'assimilazione del cambiamento da parte dell'utenza anche attraverso una fondamentale collaborazione con le associazioni di categoria. Collegata a Comunica l'utilizzo della applicazione Starweb, nata come Sportello Telematico Artigiani: è un'applicazione web accessibile da Internet che consente alle imprese artigiane di presentare pratiche all'Albo Imprese Artigiane per via telematica secondo le specifiche definite dalla "Comunicazione Unica". E' in atto un'evoluzione che permetterà l'estensione dell'applicazione alle pratiche relative ad imprese nel settore del commercio, terziario e turismo.

Di pari passo l'Ente procederà ad un incremento dell'informatizzazione delle procedure interne, secondo logiche di smaterializzazione dei flussi informativi, riducendo i flussi cartacei in favore di quelli telematici.

Nell'ottica della smaterializzazione sarà rafforzata la spinta alla fascicolazione informatica della documentazione protocollata in entrata e in uscita.

Nel 2010 sarà posto a regime il Ciclo passivo, che consentirà di gestire informaticamente le procedure di acquisto di beni e servizi, dal momento della prenotazione del budget fino al mandato di pagamento, e sarà completato il progetto di informatizzazione dei fogli matricolari del personale, avviato nel 2009.

Obiettivo del programma

Migliorare l'accessibilità ai servizi camerali anagrafico-certificativi.

Migliorare l'efficacia delle procedure interne attraverso la loro smaterializzazione, con accresciuto controllo delle diverse fasi del procedimento.

Risultati attesi

Maggior controllo e riduzione dei tempi delle procedure, sia interne che esterne

Riduzione dei costi di gestione

Accresciuta soddisfazione del cliente/utente finale al quale è offerta una maggiore accessibilità via web ai servizi camerali

Programma 2.2

VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO INFORMATIVO CAMERALE

Descrizione

L'Ente camerale è depositario di un importante patrimonio informativo, d'anagrafe d'impresa e di tipo statistico-economico, strategico per la conoscenza del sistema economico locale e delle sue dinamiche.

Al fine di garantire la correttezza e l'affidabilità delle informazioni contenute negli archivi e registri camerali l'Ente attiverà adeguate procedure per un'accresciuta qualificazione.

Infatti, il livello di soddisfazione del cliente/utente non si misura solo in termini di efficacia, accuratezza e puntualità nell'erogazione del servizio, ma anche in termini di **"qualità del prodotto"**.

In particolare, per quanto concerne l'Area Anagrafica, proseguirà l'istruttoria delle pratiche di cancellazione delle società di capitali in liquidazione (che non hanno presentato bilanci per oltre tre anni consecutivi ai sensi dell'art. 2490, ultimo comma, c.c.) e delle società di persone inattive in applicazione del D.P.R. 247/2004 (la cancellazione delle imprese individuali dovrebbe concludersi entro la fine del 2009).

La pulizia delle anagrafiche del Registro imprese sarà perseguita anche attraverso il progetto "qualità archivio soci" mediante il quale l'ufficio intende assicurare la completezza e la veridicità dei dati pubblicati sugli assetti societari delle srl, eliminando errori, inesattezze e discordanze risultanti dalla comparazione tra l'ultimo elenco soci presentato e la dichiarazione dell'amministratore depositata ai sensi dell'art. 16 L. n.2 /2009.

Sempre nella direzione di un miglioramento della qualificazione delle anagrafiche si inquadra il progetto di revisione del ruolo mediatori che segue la revisione degli agenti e rappresentanti di commercio da concludersi entro il corrente esercizio.

Governare il territorio presuppone la sua conoscenza. Da questo punto di vista è evidente il contributo offerto dalla Camera di Commercio al monitoraggio delle variabili socio economiche del territorio provinciale. Tra le principali funzioni camerali vi è infatti quella di rilevare, elaborare e analizzare i dati sull'economia, prendendo a riferimento i patrimoni informativi camerali, provinciali, regionali e nazionali.

Intenzione dell'Ente camerale è quella di migliorare la qualità dei dati economico-statistici contenuti negli archivi camerali, depurandoli delle informazioni obsolete e/o errate al fine di assicurare un'affidabilità sufficientemente elevata al dato statistico. Un dato statistico sufficientemente affidabile potrà essere oggetto di elaborazioni più attendibili che potranno essere utilizzate per chiarire l'orizzonte economico nel quale le politiche camerali dovranno svilupparsi e potranno altresì essere rese fruibili all'esterno.

Obiettivo di programma

Migliorare la qualità dei dati camerali

Assicurare un migliore sistema di pubblicità per i terzi

Valorizzare le basi di dati e le informazioni possedute dalla Camera

Risultati attesi

Riduzione dei costi di gestione degli archivi camerali;

Aggiornamento dei dati pubblicati e cancellazione dei dati obsoleti

Miglioramento della qualità dell'informazione legale ed economico-statistica

Valorizzazione delle banche dati camerali

Programma 2.3

SERVIZI CAMERALI DI QUALITA'

Descrizione

Anche nel 2010 l'Ente si impegnerà per il miglioramento della qualità e dell'efficienza dei servizi offerti.

Il Registro Imprese della Camera di Commercio di Pistoia è oggetto di un progetto di qualità che si traduce in un impegno continuo al mantenimento di definiti standard di servizio, con l'obiettivo del raggiungimento del massimo livello di soddisfazione del cliente/utente in termini di efficacia, accuratezza e puntualità nell'erogazione dei servizi. Il Registro Imprese è ormai certificato dal 2001 UNI EN ISO 9002:94 e, dal 2003, ISO 9001 nella nuova versione Vision 2000. Nel 2010 sarà impegnato ad ottenere il rinnovo della certificazione di qualità secondo la nuova norma ISO 9001:2008.

E' al contempo intenzione dell'Ente migliorare la qualità dei servizi interni, ottimizzando e razionalizzando le procedure, anche al fine di creare le condizioni per un indotto miglioramento della qualità del servizio esterno offerto.

La struttura sarà impegnata in una riorganizzazione del lavoro e degli uffici, accompagnata da un percorso di formazione diretto all'accrescimento delle competenze professionali e manageriali.

L'Ente sta vivendo un particolare momento di passaggio, l'attuale amministrazione è a fine mandato e la nuova amministrazione si insedierà nei primi mesi del prossimo esercizio, vi sarà altresì un'importante vacanza di vertice, conseguente alle dimissioni dell'attuale Segretario generale. Ne consegue che la riorganizzazione non potrà avere i toni radicali che erano stati preventivati, ma si tradurrà in una razionalizzazione dei processi camerali, in attesa che il quadro si chiarifichi.

La razionalizzazione dei processi e degli strumenti di gestione dovrà consentire una più agevole operatività dell'Ente.

Obiettivo di programma

Miglioramento della qualità dei servizi offerti, con particolare attenzione a quelli anagrafico-certificativi del Registro delle Imprese

Accrescimento delle competenze professionali del personale camerale

Risultati attesi

Riduzione dei costi di gestione dei processi;

Accresciuta efficacia dell'azione camerale;

Miglioramento della qualità dei servizi offerti e delle prestazioni individuali.

LINEA STRATEGICA 3 - Sviluppo dell'economia locale e sostegno alle imprese

La situazione economica attuale, particolarmente complessa, richiede una profonda assunzione di responsabilità da parte delle politiche pubbliche che oggi più che mai devono impegnarsi per accompagnare il sistema produttivo lungo la difficile strada del rinnovamento e della trasformazione.

Nell'impostare il documento programmatico per l'esercizio 2010 è necessario tener conto che gli attuali organi sono ormai prossimi alla scadenza. Si ritiene quindi opportuno approvare una programmazione che mantenga una linea di continuità con l'attività fin qui svolta, confermando le linee strategiche e le azioni ad oggi perseguite.

Sarà dato seguito ai progetti in corso, saranno realizzate le attività previste dai progetti finanziati dal Fondo di Perequazione e i progetti concordati con le Associazioni di categoria, nel corso delle consultazioni per l'elaborazione delle proposte da presentare a Toscana Promozione e in particolare quelle relative ai mercati esteri.

Una quota consistente dei fondi disponibili sarà destinata ad azioni, eventi ed interventi, da realizzare anche in collaborazione con altri Enti, Istituzioni, Associazioni e da definirsi nel corso del prossimo esercizio.

Tali fondi, ammontanti nel complesso a € 340.000,00 e che si vanno ad aggiungere ai fondi già specificatamente allocati nel bilancio 2009 per scopi analoghi, consentiranno, pur nelle more del completamento del processo di rinnovo degli organi di direzione politica dell'Ente, di attuare tempestivamente tutte quelle iniziative che si riterranno opportune in un'ottica di sostegno al sistema provinciale delle imprese nel particolare momento di crisi che lo stesso attraversa.

Fondo destinato alla realizzazione di azioni, eventi, interventi di particolare impatto sull'economia provinciale e all'organizzazione di azioni in collaborazione con altre CCIAA

ONERI	300.000,00	330001 - Iniziative di promozione economica	Realizzazione eventi di particolare impatto
	40.000,00	330001 - Iniziative di promozione economica	Attività con le altre CCIAA
INVESTIMENTI	0,00		

Programma 3.1

Valorizzazione delle risorse ambientali, culturali, produttive ed economiche del territorio

Promozione del Territorio, Commercio Turismo e Agroalimentare

COSTI	70.000,00	330061 - Marketing territoriale
	410.000,00	330062 - Commercio e turismo
	55.000,00	330075 - Agroalimentare
TOTALE	535.000,00	
	17.000,00	330073 - Partecipate non strategiche
INVESTIMENTI	0,00	

Descrizione

Nella sua odierna accezione il marketing territoriale viene inteso come una serie coordinata di azioni rivolte ad agire sulla capacità attrattiva di un territorio nei confronti di *target* specifici, allo scopo di contribuire ad un suo sviluppo equilibrato, sostenibile e coerente con il quadro delle risorse e delle potenzialità che lo caratterizzano, creando al contempo le condizioni per attrarre investimenti.

L'Ente si impegnerà in progetti destinati a valorizzare gli elementi di eccellenza del territorio ed integrarli in un **piano di "marketing territoriale"**, evidenziando il valore di Pistoia percepito all'esterno, valorizzando gli *asset* locali che offrono un vantaggio competitivo maggiore rispetto ad altre aree e concorrendo alla creazione di una identità di posizionamento specifica. L'intento è quello di definire un modello locale di relazioni per attrarre investimenti e individuare modalità di miglioramento del contesto amministrativo locale.

Saranno inoltre replicate iniziative come **Buy in Toscana**, workshop destinato all'incontro tra la domanda e offerta di immobili di elevata qualità e di pregio al quale è attribuita una forte valenza territoriale, che intende focalizzare l'attenzione sulle opportunità di investimento a livello regionale, con particolare attenzione alle aree meno conosciute ed ancora da valorizzare.

Promuovere un territorio significa anche sostenere le attività di commercio, turismo e artigianato locale che lo animano e le eccellenze agroalimentare che lo caratterizzano. Sviluppare azioni efficaci di valorizzazione del territorio in un'ottica integrata tra turismo, commercio, artigianato, prodotti tipici, risorse naturali, storiche e culturali, contribuendo a creare una cultura di sistema, rappresenta uno dei principali obiettivi di questa amministrazione. Per poter avviare un percorso che porti ad efficaci risultati si ritiene essenziale la cooperazione di una pluralità di attori, interessati a vario titolo allo sviluppo locale, secondo logiche di concertazione.

Diverse le azioni programmate per il prossimo esercizio:

- la collaborazione ormai sistematica con la Provincia di Pistoia, le APT, le associazioni per lo svolgimento in maniera coordinata, quando non in comune, **degli interventi per la promozione turistica del territorio**. L'Ente riconosce in questo ambito il ruolo prioritario svolto dalle APT e dalla Provincia e conferma la sua massima disponibilità per la realizzazione in comune di interventi per la promozione delle peculiarità turistiche del territorio pistoiese;
- gli interventi rivolti alla **riqualificazione della ricettività turistica** e al miglioramento degli standard qualitativi dei servizi attraverso la certificazione delle strutture ricettive, ristorative e

di servizio al turismo, in una logica integrata con la tipicità e la cultura del territorio;

- le iniziative volte a salvaguardare l'esistenza dei tradizionali negozi, investendo risorse al fine di valorizzare, in collaborazione con le associazioni di categoria, la pluralità e l'equilibrio fra le forme di commercio. Rientra in questa prospettiva la **valorizzazione dei Centri Commerciali Naturali**, che si stanno affermando come strumento in grado di promuovere e tutelare in modo efficace e capillare i prodotti tipici e di qualità del nostro territorio;
- le **iniziative a sostegno delle produzioni tipiche e delle filiera agro-alimentari di qualità**.

Obiettivo del programma

Attrarre investimenti sul territorio locale

Aumentare le presenze turistiche sul territorio locale

Sostenere il piccolo commercio di vicinato e i centri storici

Sostenere le produzioni tipiche

Risultati attesi

Incrementare gli investimenti sul territorio sia attraverso il subentro in aziende già esistenti che attraverso la creazione di nuove aziende

Incrementare i flussi turistici (arrivi e presenze) sia nel senso di incrementare gli arrivi che di aumentare i tempi medi di permanenza;

Incrementare il numero di soggetti economici che si occupano di produzioni tipiche e quelli che gestiscono piccoli esercizi di vicinato e esercizi in centri storici

Programma 3.2

Internazionalizzazione delle filiere produttive

Florovivaismo, metalmeccanico e manifatturiero

			PROGETTI
ONERI	65.000,00	330064 - Florovivaismo	Sostegno alla crescita internazionale del vivaismo e dell'agricoltura
	65.000,00	330076 - Metalmeccanico	Sostegno allo sviluppo internazionale del metalmeccanico ferroviario
	250.000,00	330063 - Manifatturiero	Sostegno allo sviluppo internazionale del manifatturiero
	1.500.000,00	330063 - Immagine Italia	
	320.000,00	330067 - Internazionalizzazione	Sostegno allo sviluppo dell'internazionalizzazione multisettoriale
TOTALE	2.200.000,00		
INVESTIMENTI	0,00		

Descrizione

Il problema della competitività sui mercati internazionali si è posto negli ultimi anni in misura sempre più urgente e pressante. La ricerca di nuovi mercati attraverso un processo di internazionalizzazione si è palesata sempre più, non soltanto come una scelta strategica volta ad acquisire un vantaggio competitivo, ma come una necessità per la stessa esistenza del sistema delle imprese locali. Oggi è impossibile per le aziende delimitare i confini territoriali del proprio mercato di riferimento e l'allargamento degli scenari economici ha portato anche ad un repentino incremento dei competitori, non più circoscrivibili in ambito nazionale. Chiamato ad effettuare continue scelte economiche, l'imprenditore avrà sempre più bisogno di informazioni, suffragate e confortate da previsioni sulle reali possibilità di successo.

La Camera di Commercio investe da anni risorse in questo ambito prioritario, con il fine di sostenere i processi di internazionalizzazione delle PMI.

Le strutture interne erogano servizi di assistenza ed informazione, danno attuazione ad attività promozionali finalizzate a rafforzare l'immagine della nostra provincia, coadiuvano le imprese nella ricerca delle migliori occasioni offerte dai mercati esteri e realizzano eventi al fine di creare e incrementare le opportunità commerciali. Nel 2010 proseguirà anche l'operatività di PROMOPISTOIA, il catalogo on line della Camera di Pistoia che costituisce una importante banca dati delle imprese pistoiesi che operano con l'estero.

La gran parte dell'attività nel campo dell'internazionalizzazione d'impresa è comunque svolta in collaborazione con Toscana Promozione, con la quale sono state progettate iniziative a sostegno dei principali comparti produttivi locali. L'Ente parteciperà altresì ai progetti e all'attività di sistema per la promozione delle nostre imprese all'estero.

L'economia della nostra provincia ha punti di eccellenza nei settori florovivaistico e ferrotranviario che si intendono sostenere e sviluppare.

Il distretto rurale **vivaistico-ornamentale**, riconosciuto ormai con legge regionale, può rappresentare un'importante cabina di regia per lo sviluppo di progetti centrali per il sostegno dell'economia agricola della provincia. Strategica in questo ambito la partecipazione, maggioritaria, al Cespevi, il centro sperimentale per il vivaismo che rappresenta un punto di eccellenza nella cura, tutela e innovazione del verde, unico organismo di questo tipo all'interno dell'area metropolitana.

Sostegno, non solo finanziario, sarà infine riservato a quegli eventi o iniziative che rilancino il settore florovivaistico sia sui mercati nazionali che internazionali.

L'Ente ha richiesto a Toscana Promozione il sostegno ad alcune iniziative per il settore della **subfornitura meccanica** della nostra provincia, che saranno organizzate nel prossimo esercizio. Saranno infine individuate azioni specifiche, anche alla luce dell'esito della progettazione in corso nei tavoli di concertazione regionali e provinciali.

Significativi i lavori in corso a livello provinciale per il rilancio del **mobile** in collaborazione con il Consorzio PMI di Quarrata. L'Ente si impegnerà nello sviluppo, in collaborazione con Toscana Promozione e con le associazioni di categoria, di iniziative dirette a promuovere all'estero le nostre produzioni e a trovare nuovi mercati di sbocco capaci di apprezzare il gusto dell'arredamento targato made in Italy.

Centrali saranno anche gli interventi per il sostegno del settore della **moda e della biancheria e arredo casa**. La manifestazione Immagine Italia, che arriva ormai alla terza edizione, rappresenta una delle sfide più ambiziose su questo fronte.

Sono previste iniziative in collaborazione con le associazioni di categoria e con Toscana Promozione, anche attraverso specifici bandi di contributi.

Obiettivo del programma

Aumentare le vendite all'estero e incrementare il numero dei mercati di sbocco

Sviluppare la cultura dell'internazionalizzazione delle Pmi locali

Potenziare i servizi per l'internazionalizzazione

Risultati attesi

Aumentare i volumi dell'export

Aumentare il numero delle Pmi che esportano

Aumentare i contatti con le imprese e il portafoglio servizi rivolti all'internazionalizzazione

Programma 3.3

Sostegno allo sviluppo del capitale intellettuale

ONERI		PROGETTI
112.000,00	330068 - Innovazione e trasferimento tecnologico	Progetto Diretto: Formazione e ricerca sui temi dell'innovazione
186.000,00	330072 - Formazione e Lavoro	Progetto indiretto: Sostegno ad organismi universitari e di ricerca
TOTALE	298.000,00	
INVESTIMENTI	260.000,00	Progetto CEQ (*)

(*) importo già inserito nel bilancio 2009: quota riportata al 2010 per competenza

Descrizione

Strategico per il 2010 anche il sostegno all'innovazione per la tenuta competitiva del sistema delle piccola e media impresa locale che per affrontare mercati sempre più complessi necessita di un concreto sostegno.

Da questo punto di vista, l'innovazione va intesa non solo come fenomeno legato allo sviluppo tecnologico, che pure resta determinante, ma anche come un nuovo approccio culturale nel fare impresa, che l'ente camerale deve contribuire a diffondere, incentivare e sostenere.

Se, infatti, è abbastanza semplice per l'imprenditore iniziare un'attività economica, risulta piuttosto difficile mantenerla nel tempo in condizioni di equilibrio ove manchi un'adeguata preparazione manageriale. Consapevole di tale criticità l'Ente camerale ha impresso un forte impulso alla formazione degli operatori dei diversi settori produttivi.

Diversi i progetti programmati per il prossimo esercizio collocabili nel programma di sviluppo del capitale intellettuale, tra i quali vanno citate

- le attività rivolte alle **tutela della proprietà intellettuale** e ad incoraggiare il ricorso alla brevettazione da parte delle imprese locali, anche mediante il Centro di Ricerca Brevettale PIP;
- la **collaborazione con l'Uniser - il polo universitario pistoiese** del quale l'Ente camerale è socio fondatore. La partecipazione camerale in Uniser si inquadra nella strategia di rafforzare il legame tra Università e mondo produttivo, prioritario per le imprese e i progetti sull'alternanza scuola lavoro;
- l'ulteriore sviluppo dei progetti pluriennali per la promozione delle **tematiche energetiche** tra i quali il progetto Sme Eurochambres, in collaborazione con la Provincia di Pistoia e le associazioni di categoria;
- i progetti legati allo sviluppo di un'attività di formazione per il sostegno all'imprenditoria, anche attraverso seminari da organizzarsi in collaborazione con soggetti esterni.

Obiettivo del programma

Accrescere la cultura innovativa delle imprese

Accrescere investimenti in innovazione
Accrescere investimenti in formazione qualificata
Risultati attesi
Incremento del numero di imprese in settori innovativi
Incremento della registrazione di marchi e brevetti
Incremento numero di iscrizioni nell'università pistoiese

Programma 3.4

SOSTEGNO ALLE IMPRESE IN PERIODI DI CRISI

ONERI		PROGETTI
	170.000,00	330066 - Sostegno al credito
		Progetto: Sostegno finanziario alle imprese in crisi
INVESTIMENTI		

Descrizione

L'attuale periodo di crisi vissuto dalle aziende, spesso sottocapitalizzate e in difficoltà congiunturale, è accompagnato da notevoli difficoltà d'accesso al credito, condizionato da regole di vigilanza bancaria molto stringenti. I fondi di garanzia di primaria qualità, proposti da Consorzi Fidi, Fidi Toscana e dalla Regione Toscana, non intervengono economicamente, su importi piccoli a causa della forte incidenza dei costi della garanzia. Inoltre i tassi di interesse attualmente sono decrescenti, ma con spread in rialzo e con indicizzazione quasi sempre variabile.

Il problema finanziario delle aziende, decisamente rafforzatosi in questo ultimo anno, è stato affrontato dall'attuale amministrazione con estrema lucidità e focalizzato sulla necessità di stimolare i processi di patrimonializzazione, stante la persistente condizione di sottocapitalizzazione delle imprese del tessuto provinciale.

L'amministrazione camerale continua a ritenere centrali le attività dedicate al sostegno finanziario e alla facilitazione dell'accesso al credito per le imprese locali nella consapevolezza che il credito "rappresenta" una questione fondamentale per le imprese, soprattutto per quelle piccole che sono uno dei pilastri del nostro territorio. In questa direzione sono state elaborate azioni dirette a creare migliori condizioni di accesso al credito gli organi di governo hanno favorito ed intendono favorire anche per il prossimo esercizio un più stretto legame con le banche locali per la concessione di finanziamenti da destinare alla modernizzazione e innovazione dei processi produttivi e all'incremento della liquidità.

Obiettivo del programma

Ridurre il costo del credito per le imprese pistoiesi

Migliorare l'accessibilità al credito delle imprese pistoiesi

Risultati attesi

Riduzione imprese in sofferenza

Riduzione numero fallimenti

Riduzione protesti di imprese

LINEA STRATEGICA 4 - PROMOZIONE DI UNA CULTURA DELLA LEGALITÀ E TUTELA DEL CONSUMATORE

ONERI	40.000,00	330071 – Interventi economici
	30.000,00	Spese di funzionamento
INVESTIMENTI	0,00	

Di seguito i principali programmi attuativi della presente linea strategica:

Programma 4.1

Rafforzamento delle attività di vigilanza e controllo

Descrizione

Alla luce della vigente normativa le Camere di Commercio risultano titolari delle funzioni di vigilanza e di controllo in materia di sicurezza dei prodotti, di manifestazioni a premio, di metrologia legale e di prezzi.

La Camera di Commercio di Pistoia, fin dall'attribuzione delle predette competenze, ha profuso un forte impegno nel settore, nella convinzione che tale attività possa portare ad una promozione della cultura della legalità, con conseguenti vantaggi sia per il sistema economico locale, spesso danneggiato da comportamenti scorretti di alcuni operatori che operano una vera e propria concorrenza sleale nei confronti delle imprese rispettose delle norme, che per il consumatore, che risulta maggiormente tutelato.

Il regolamento comunitario n. 765/2008 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 9 luglio 2008, che pone norme in materia di accreditamento e vigilanza del mercato, dispone che gli Stati membri adottino programmi di vigilanza su scala adeguata e comunichino tali programmi agli altri Stati membri ed alla Commissione.

Anche al fine di ottemperare alle disposizioni di tale Regolamento, il Comitato di Presidenza di Unioncamere ha approvato un progetto di sistema finanziato dal Fondo di Perequazione con l'obiettivo di rendere omogeneo su tutto il territorio nazionale l'espletamento delle funzioni attribuite al sistema delle Camere di Commercio riguardante, in particolare, il potenziamento dei controlli di vigilanza. Il progetto beneficia anche di un finanziamento del Ministero dello Sviluppo Economico sulla base di un protocollo d'intesa stipulato tra il Ministero stesso e Unioncamere lo scorso 26 giugno 2009.

La Camera di Commercio di Pistoia, nell'ambito di tale progetto da considerarsi strategico per il sistema Camerale, contribuirà sulla base di obiettivi di incremento delle attività di vigilanza e di controllo che saranno definiti – nel quadro degli obiettivi nazionali – nell'ambito di un'apposita convenzione da stipularsi con Unioncamere, compatibilmente con la disponibilità di risorse umane da destinarsi a tale attività.

Obiettivo del programma

Consolidare il ruolo della Camera di Commercio nel settore della vigilanza e controllo

Diffondere la cultura della legalità

Risultati attesi

Incremento quali-quantitativo delle attività di vigilanza e controllo

Riduzione – nel medio periodo - delle sanzioni per violazioni alle norme in materia di sicurezza dei prodotti e metrologia legale

Programma 4.2

Diffusione della conoscenza degli strumenti di risoluzione alternativa delle controversie

Descrizione

Gli strumenti di risoluzione alternativa delle controversie (ADR) e, in particolare, la conciliazione consentono di risolvere rapidamente e a costi contenuti le controversie che possono insorgere tra le imprese e tra le imprese e i consumatori/utenti.

Fondamentale, inoltre, la possibilità di mantenere in essere buoni rapporti commerciali con conseguente riduzione della conflittualità tra imprese e tra imprese e consumatori/utenti.

Anche in considerazione del rinnovato favore del legislatore nei confronti di questa tipologia di strumenti, proseguirà l'attività di promozione da effettuarsi in stretta collaborazione con le Associazioni di categoria e le Associazioni di difesa dei Consumatori e Utenti ponendo altresì particolare attenzione alla qualificazione dei conciliatori e del servizio offerto mediante l'organizzazione di appositi percorsi formativi.

Obiettivo del programma

Diffondere la cultura della conciliazione e dell'arbitrato

Ridurre la conflittualità tra imprese e tra imprese e consumatori/utenti

Risultati attesi

Incremento del ricorso alle procedure di A.D.R.

Programma 4.3

Trasparenza dei mercati e informazione al consumatore

Descrizione

Saranno ridefiniti gli strumenti di informazione rivolti al consumatore sulla base delle esperienze maturate negli anni con riferimento agli sportelli informativi (sportello condominio, sportello consumatori) in collaborazione con le Associazioni dei consumatori/utenti e delle Associazioni di categoria, anche mediante la realizzazione diretta e/o il cofinanziamento di specifici progetti.

Proseguirà l'impegno nella gestione e promozione degli strumenti di autoregolazione del mercato quali la Borsa Toscana del Mercato Immobiliare e i marchi di garanzia, privilegiando azioni concertate a livello di area metropolitana e/o regionale

Obiettivo del programma

Migliorare il grado di trasparenza dei mercati
Diffondere la cultura del consumo consapevole

Risultati attesi

Accresciuta efficacia dell'azione camerale
Miglioramento della qualità dei servizi offerti