

BILANCIO SOCIALE 2016

BUDGET SOCIALE 2017

CONFCOMMERCIO PISTOIA E PRATO



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

PROVINCE DI PISTOIA E PRATO

SOMMARIO

PRESENTAZIONE.....	4
1 – IDENTITÀ	5
1.1 – STORIA	6
1.2 – MISSIONE	7
1.3 – VALORI	8
1.4 – ASSETTO ISTITUZIONALE E ORGANIZZATIVO	9
1.5 – CAPITALE UMANO	15
2 – CONTESTO	19
2.1 IL CONTESTO REGIONALE.....	19
2.2 IL CONTESTO PLURITERRITORIALE	20
2.3 IL LAVORO IN TOSCANA.....	21
3 – STAKEHOLDER	24
3.1 – MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER	25
3.2 – PUNTO DI VISTA DEGLI STAKEHOLDER	29
1 – RENDICONTO SOCIALE.....	32
1.1 – SVILUPPO ASSOCIATIVO	33
1.2 – SERVIZI	35
1.3 – PROGETTI	54
1.5 – INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE.....	69
1.6 – GESTIONE E SVILUPPO DEL PERSONALE.....	72
1.7 – AZIONI PER LA COLLETTIVITÀ E L’AMBIENTE	75
1 – PIANIFICAZIONE SOCIALE	78
1.2 – OBIETTIVI CHIAVE PER GLI STAKEHOLDER	80
1.3 – SERVIZI	81
1.4 – PROGETTI	101
1.5 ATTIVITÀ’ ED EVENTI ISTITUZIONALI.....	112
APPENDICE.....	113
NOTA METODOLOGICA	113
PERCORSO DI MIGLIORAMENTO DELLA RENDICONTAZIONE SOCIALE	113
GRUPPO DI LAVORO	114

PRESENTAZIONE

Proseguiamo nel 2017 la strada della rendicontazione e della pianificazione sociale.

L'etica non è un obbligo normativo ma noi lo riteniamo un dovere morale e sociale. Un atto di trasparenza nei confronti di coloro che sono il vero patrimonio di Confcommercio: gli associati e, oltre a loro, tutti coloro che sono interessati e influenzano l'operato dell'associazione.

Lo scorso anno abbiamo ritenuto fosse un valore sperimentare uno strumento in grado di fornire una conoscenza puntuale delle dinamiche interne, delle strategie, delle azioni messe in campo per raggiungere gli obiettivi prefissati in qualità di portatori di interesse delle categorie rappresentate e, di conseguenza, a favore dello sviluppo economico e sociale di tutto il territorio di riferimento.

Grazie alla sperimentazione – grazie all'inserimento della nostra associazione nel gruppo confederale che ha seguito il progetto – abbiamo toccato con mano l'importanza di inserire la pianificazione di budget e bilancio sociale nella piena operatività annuale. La preparazione di questo lavoro, infatti, non ha esclusivamente una valenza esterna ma offre alla struttura l'opportunità di progredire in termini di metodo di lavoro, organizzazione interna, pianificazione e controllo.

Siamo certi di aver intrapreso il percorso corretto. In realtà associative come le nostre, infatti, la reputazione non si misura solo attraverso lo sviluppo associativo e le performance economiche ma, alla luce del fatto che il nostro fine non è solo la mera rappresentanza bensì produrre valore collettivo, dobbiamo anche e soprattutto misurare la ricaduta sociale di ciò che si fa.

Il presidente

Stefano Morandi

Il direttore

Tiziano Tempestini

1 – IDENTITÀ

Confcommercio delle Province di Pistoia e Prato fa parte del sistema Confcommercio Imprese per l'Italia, la più grande rete di rappresentanza del Paese con più di 700.000 imprese rappresentate.

L'Associazione territoriale, di seguito definita AT, opera per dare voce alle imprese del commercio, del turismo, dei servizi, dei trasporti, della logistica e delle professioni delle due province, oltre a contribuire allo sviluppo economico e sociale del territorio.

Ad oggi conta oltre 7.072 associati nelle due province con l'obiettivo di ampliare costantemente il numero di imprese rappresentate.

I numeri dell'AT

90	unità di personale (Associazione + Società di Servizi)
7.072	Associati al 31.12.2016
516	Nuovi Associati I semestre 2017
36	Sindacati di Categoria
22	Delegazioni Territoriali
1	Consulta di imprenditori Provincia di Prato
8	Sedi Territoriali e Recapiti

1.1 – STORIA

L'Associazione nasce sul territorio pistoiese nel 1945 come Associazione del Commercio del Turismo e dei Servizi della Provincia di Pistoia e opera, quindi da 70 anni, per dare voce alle imprese delle categorie di riferimento e contribuire allo sviluppo economico e sociale del territorio.

Dalla propria costituzione ha seguito un costante percorso fatto di una crescita e consolidamento che l'ha resa più strutturata e preparata ad offrirsi come partner per tutte le esigenze delle aziende.

Grazie a questa progressiva crescita, oggi Confcommercio è l'Associazione di categoria più rappresentativa sul territorio della provincia di Pistoia con oltre 5000 imprese associate nei settori del commercio, del turismo e dei servizi.

Nel 2015 ha avviato un processo di ricostituzione del sistema Confcommercio sulla provincia di Prato, dando vita con la delibera dell'Assemblea straordinaria dei soci del 13 Maggio a Confcommercio Imprese per l'Italia province di Pistoia e Prato: un'unica struttura con il compito di sostenere le imprese associate, erogare servizi e sviluppare iniziative di promozione a favore di entrambi i territori.

Partono da qui un nuovo percorso e una nuova sfida che consentono di dare alle imprese rappresentate prospettive di sviluppo più ampie e strutturate, le quali trovano condivisione anche in ambito istituzionale visto il percorso delle due Camere di Commercio locali.

1.2 – MISSIONE

Confcommercio Imprese per l'Italia province di Pistoia e Prato è l'Associazione portatrice degli interessi delle categorie del commercio, del turismo, dei servizi, dei trasporti, della logistica e delle professioni nelle province di Pistoia e Prato.

Principale *mission* dell'Associazione pluriterritoriale è rappresentare un valore aggiunto per la crescita e per lo sviluppo del territorio non soltanto in ambito economico ma anche sociale, attraverso un costante affiancamento delle imprese durante il loro percorso di crescita, ma anche attraverso l'interazione con le istituzioni e la promozione di nuovi ed esclusivi vantaggi per gli associati.

Funzione indispensabile dei corpi intermedi è infatti quella di dare voce alle imprese nei confronti delle Amministrazioni sul territorio di riferimento, suggerendo proposte e sollecitando una governance locale che tenga in considerazione le esigenze del mondo imprenditoriale.

Tali azioni si rivolgono in primo luogo agli associati, che rappresentano il target principe di Confcommercio, la quale però si interfaccia quotidianamente anche con tutte le realtà amministrative e istituzionali del territorio per promuovere il dialogo fra il territorio e le imprese.

Confcommercio si impegna a soddisfare i bisogni delle aziende dei propri settori sia in termini di rappresentanza ma anche di assistenza ed erogazione dei servizi per essere a fianco delle imprese tutti i giorni, con l'intento di strutturarsi sempre di più in questa direzione.

La costante attenzione a nuovi contesti e prospettive di sviluppo, la promozione e realizzazione di progetti innovativi a sostegno della crescita delle aziende locali, sono le linee guida attraverso le quali l'Associazione si impegna sul territorio per svolgere un ruolo da protagonista nel cambiamento.

1.3 – VALORI

Confcommercio Imprese per l'Italia province di Pistoia e Prato in qualità di componente del sistema confederale, adotta modelli di comportamento ispirati all'integrità morale, deontologica e professionale. Agisce con spirito di giudizio libero da condizionamenti esterni, fondato sul rispetto delle leggi dello Stato, sui valori e sulle norme della Confederazione e sui suoi obiettivi di crescita e di sviluppo, nell'interesse del progresso civile, sociale ed economico del Paese e della collettività.

Lealtà, rispetto reciproco, trasparenza, correttezza, onestà e rigore nella gestione delle risorse economiche e umane: questi i principi ai quali Confcommercio si ispira nel mantenimento dei rapporti con tutti i livelli del sistema confederale, orientati prima di tutto alla collaborazione reciproca.

L'Associazione si impegna inoltre a fornire una guida etica alle imprese e ai lavoratori autonomi delle categorie rappresentate, a tutelare e sviluppare la loro immagine e reputazione e a promuovere azioni dirette a perseguire eventuali comportamenti inadeguati.

1.4 – ASSETTO ISTITUZIONALE E ORGANIZZATIVO

L'assetto istituzionale di Confcommercio Imprese per l'Italia delle Province di Pistoia e Prato è composto dai seguenti organi: Assemblea dei Soci, Consiglio direttivo, Presidente, Giunta Esecutiva, Consulta della provincia di Prato, Collegio dei revisori dei conti e collegio dei Provibiri, Direttore Generale.

Troveremo in questo capitolo i dettagli rispetto a composizione e funzioni assegnate.

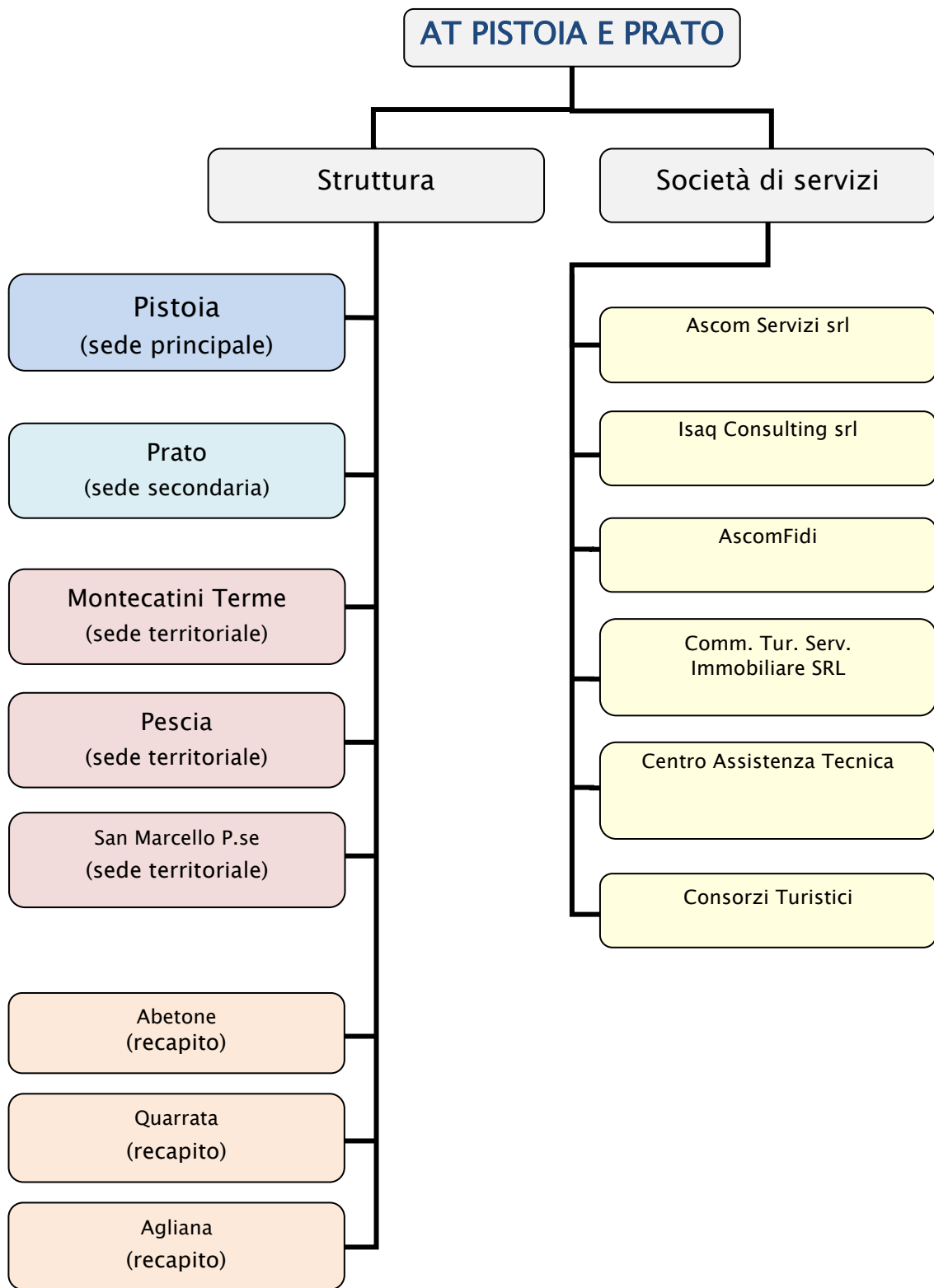
L'AT ha la propria sede principale a Pistoia e la sede secondaria a Prato; vi sono poi 3 sedi sul territorio quali Montecatini Terme, Pescia e San Marcello P.se. E' inoltre reperibile un giorno a settimana ai propri recapiti di Abetone, Agliana e Quarrata con l'obiettivo di coprire in modo capillare la propria presenza sul territorio.

Proprio per garantire una presenza puntuale sul territorio di riferimento sono presenti 22 delegazioni territoriali, una per ogni comune pistoiese, che rilevano esigenze ed elaborano proposte a favore dell'area interessata. Le delegazioni sono composte da associati eletti dai colleghi.

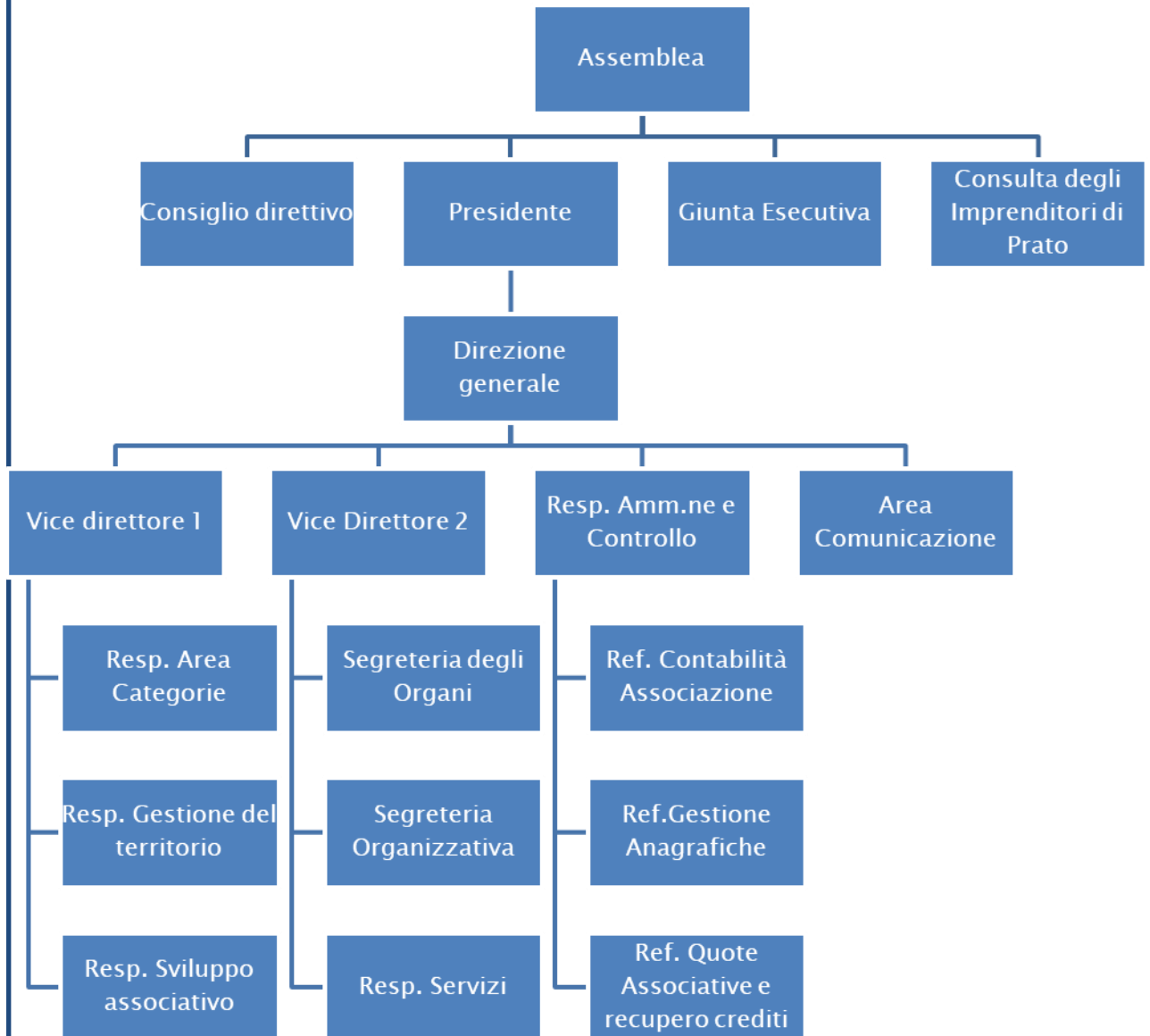
Per la provincia di Prato è stata costituita la Consulta di Imprenditori che determina le direttive dell'azione di Confcommercio nel territorio della provincia di Prato.

Sono, inoltre, costituiti presso l'Associazione Territoriale 36 Sindacati di categoria, ognuno con un proprio consiglio che periodicamente si riunisce per esaminare argomenti di interesse, affrontare criticità di settore, organizzare azioni a tutela e/o promozione della categoria.

Modello organizzativo e macro-struttura



Governance e organigramma



Composizione degli organi

Presidente	<p>→ Funzioni: dà esecuzione alle direttive di Assemblea, Giunta e Consiglio e adotta provvedimenti necessari per conseguimento dei fini sociali ; adotta, sentito il direttore, i provvedimenti relativi al personale ; propone al Consiglio la nomina/revoca del direttore ; può conferire incarichi speciali o delegare alcune mansioni a Vice Presidente e membri di Giunta ; adempie a tutte le funzioni attribuite dallo statuto ; può agire o resistere in giudizio in rappresentanza di Confcommercio.</p>	Stefano Morandi
Giunta	<p>→ Funzioni: Affianca il Presidente nella promozione generale delle attività politiche e organizzative di Confcommercio Pistoia e Prato ; adotta provvedimenti utili a raggiungere i fini statutari ; provvede ad atti amministrativi e contabili di sua competenza, delibera su ammissione/espulsione/radiazione dei soci ; su proposta del presidente, sentito il direttore, assume, sospende, licenzia il personale e predispone eventuali norme interne ; approva i contributi integrativi, approva i bilanci di esercizio da sottoporre al consiglio, nomina le persone chiamate a rappresentare Confcommercio in enti o commissioni connessi alla rappresentanza ; adempie alle funzioni attribuite dallo statuto.</p>	Marco Mazzoncini (Vice Pres.) Giuliano Bruni Rolando Galli Orlando Neri Gianluca Spampani Sergio Tricomi
Consulta degli imprenditori di Prato	<p>→ Funzioni: Determina le direttive dell'azione dell'AT nel territorio della provincia di Prato ; prende iniziative per lo studio dei problemi del commercio, del turismo, dei servizi, della logistica e delle attività terziarie in genere, nonché per la tutela e lo sviluppo delle aziende associate nel territorio di Prato ; designa, salvo ratifica della Giunta, le persone chiamate a rappresentare l'Associazione presso Enti, Organismi, Commissioni nella provincia di Prato o altre nei quali tale rappresentanza sia prevista e richiesta ; promuove la costituzione dei Sindacati di categoria e Delegazioni Territoriali nella provincia di Prato.</p>	Tommaso Gei (Presidente) Alessandra Risaliti (Vice Pres.) Giacomo Bartolozzi Elisabetta Bessi Stefano Castellani Alessandra Coppini Fiorenzo Faggi Emiliano Lai Alfredo Mannocci Celeste Mannori Tommaso Signorini
Consiglio direttivo	<p>→ Funzioni: Prende iniziative per lo studio di problemi connessi ai settori rappresentati ; delibera la costituzione delle aree operative per assistenza agli associati ; delibera apertura di uffici e recapiti ; nomina su proposta del presidente il direttore generale ; delibera su nuovi sindacati di categoria e sulla loro decadenza ; approva il bilancio consuntivo ; approva i criteri e la misura dei contributi associativi ; delibera su atti che comportino acquisto o alienazione del patrimonio immobiliare ; delibera sulle partecipazioni societarie ; delibera sui ricorsi rispetto a respingimenti di adesione conferisce la rappresentanza legale sulla tutela dei dati personali ; adempie alle funzioni indicate dallo statuto e dall'assemblea dei soci.</p>	Enrica Agostini Antonio Bartolozzi Adriano Benedettini Emilio Bertini Giuliano Bruni Roberto Cappellini Gina Caralli Paolo Cavicchio Paolo Chiavacci Enrico Ciardi Giovanni Doni Vinicio Ferri Andrea Galli

Rolando Galli
 Tommaso Gei
 Nicola Giuntini
 Roy Giusti
 Marco Gonfiantini
 Alessandro Guerrini
 Morendo Ianda
 Luca Innocenti
 Marco Lomi
 Marco Mazzoncini
 Donatella Moica
 Stefano Morandi
 Claudio Morbidelli
 Agnese Nardi
 Orlando Neri
 Arnaldo Pieri
 Nicola Pieri
 Alessandra Risaliti
 Massimiliano Sorghi
 Gianluca Spampani
 Marco Riccardo Torracchi
 Sergio Tricomi
 Elisabetta Tuci
 Sauro Vettori

Revisori dei conti → Funzioni: Vigila sull'andamento della gestione economica e finanziaria dell'associazione, redige la relazione sui bilanci da presentare all'assemblea dei soci.

Mauro Maccari (Presidente)
 Alberto Busi
 Claudia Maccari

Collegio dei probiviri → Funzioni: funzione conciliativa deliberando su controversie fra soci e funzione consultiva circa l'interpretazione dello Statuto, codice Etico, regolamenti

Sandro Savelli
 Simone Gentili
 Andrea Mitresi

Direttore Generale → Funzioni: coadiuva ed assiste gli Organi associativi nell'espletamento dei loro compiti; è responsabile della segreteria dei predetti Organi associativi; partecipa, senza diritto di voto, alle riunioni degli Organi associativi assumendone le funzioni di segretario che può delegare; è il capo del personale e sovrintende la gestione complessiva di "Confcommercio-Imprese per l'Italia Province di Pistoia e Prato", assicurando il buon funzionamento; ha facoltà di proporre al Presidente ed alla Giunta Esecutiva quelle soluzioni e quei provvedimenti che ritenga utili al conseguimento degli scopi statutari; assume i provvedimenti necessari in materia di ordinamento degli uffici, di trattamento

Tiziano Tempestini

giuridico-economico del personale e di assunzione o licenziamento dello stesso; predispone annualmente lo schema del bilancio consuntivo e preventivo da sottoporre all'esame della Giunta Esecutiva.

1.5 – CAPITALE UMANO

Tra dipendenti e collaboratori operano in Confcommercio e nelle società di servizi ad essa collegate 90 risorse complessivamente.

Fra queste operano principalmente risorse a tempo indeterminato, una piccola percentuale a tempo determinato, una parte di apprendisti e una percentuale di collaboratori.

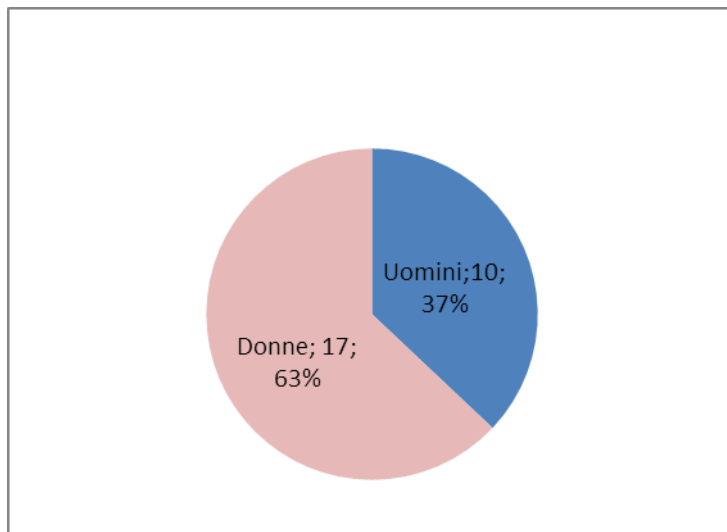
Sono complessivamente 27 le risorse dipendenti dell'Associazione a tempo indeterminato e apprendisti, mentre sono 36 quelle impiegate nella società di servizi che eroga i servizi dell'agenzia formativa, dell'area fiscale e dell'area lavoro.

Sono, invece 7 le risorse fisse impiegate in ISAQ Consulting srl, società di servizi del gruppo Confcommercio Pistoia e Prato che eroga servizi alle imprese in materia di igiene, sicurezza sui luoghi di lavoro, ambiente e qualità.

Il Centro Assistenza Tecnica ha a disposizione una risorsa così come i Consorzi Turistici e il Consorzio Ambulanti Toscana.

Nelle rappresentazioni grafiche successive sono presi in analisi i dati relativi ai dipendenti a tempo indeterminato e gli apprendisti suddivisi fra Confcommercio, Ascom Servizi e Isaq Consulting al 31/12/2016.

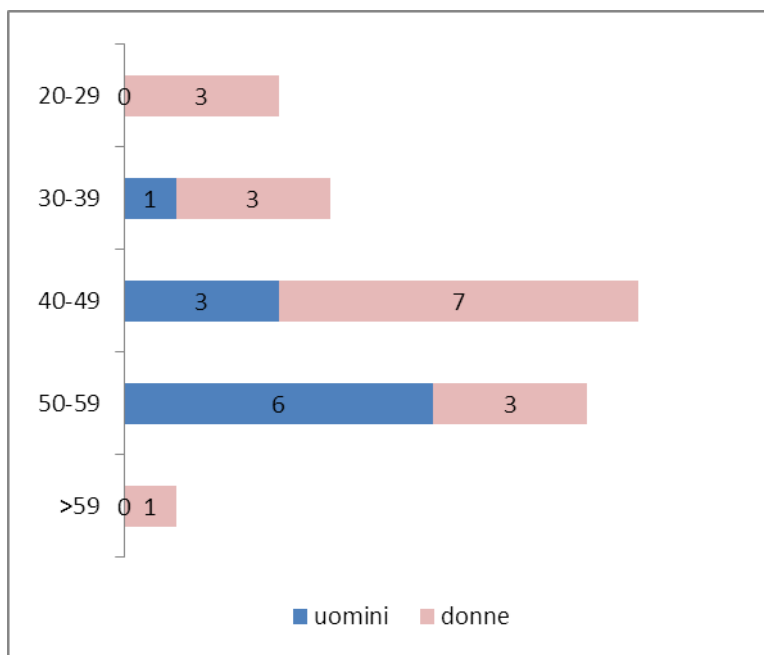
Composizione personale CONFCOMMERCIO per genere al 31.12.2016



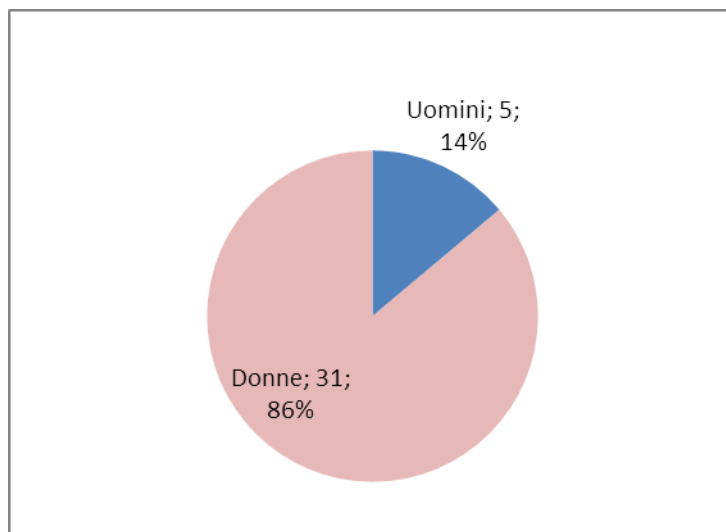
Composizione personale CONFCOMMERCIO per inquadramento e genere al 31.12.2016

	uomini	donne	Totale
Dirigenti	1	---	1
Quadri	2	1	3
Impiegati	7	16	23
Totale	10	17	27

Composizione personale CONFCOMMERCIO per età e genere al 31.12.2016



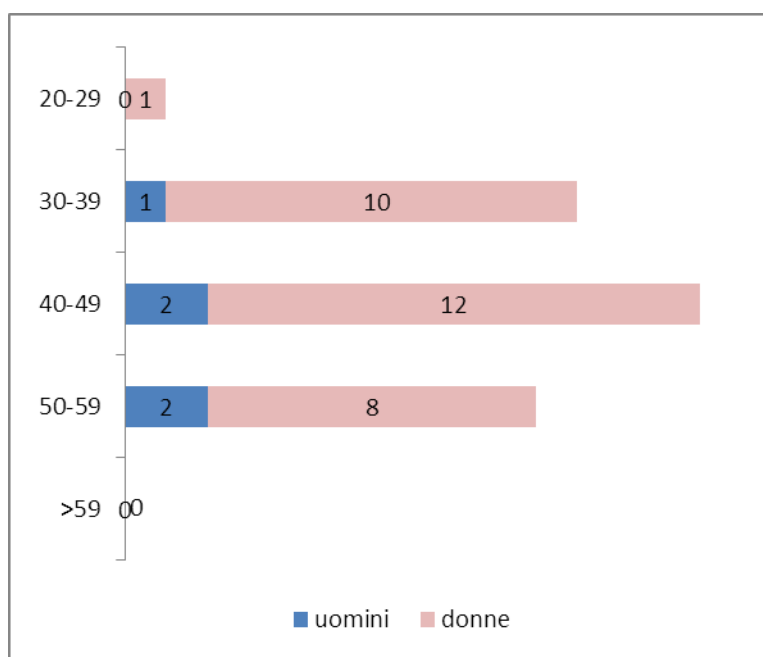
Composizione personale ASCOM SERVIZI per genere al 31.12.2016



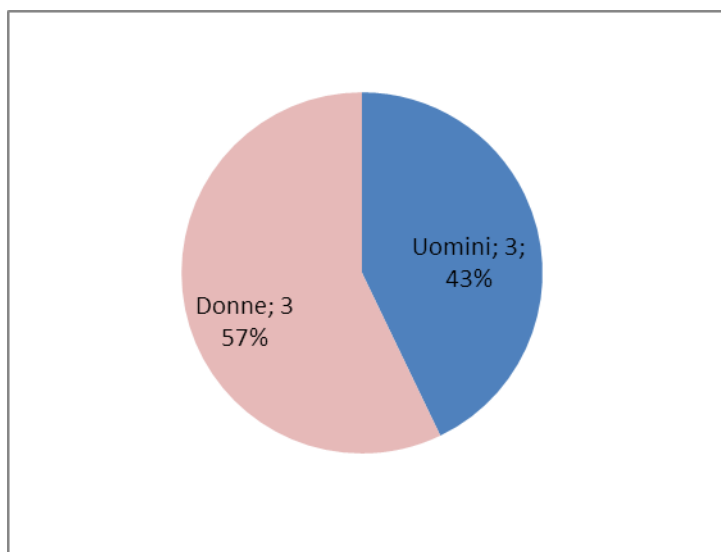
Composizione personale ASCOM SERVIZI per inquadramento e genere al 31.12.2016

	uomini	donne	Totale
Dirigenti	---	---	0
Quadri	2	1	3
Impiegati	3	30	33
Totale	5	31	36

Composizione personale ASCOM SERVIZI per età e genere al 31.12.2016



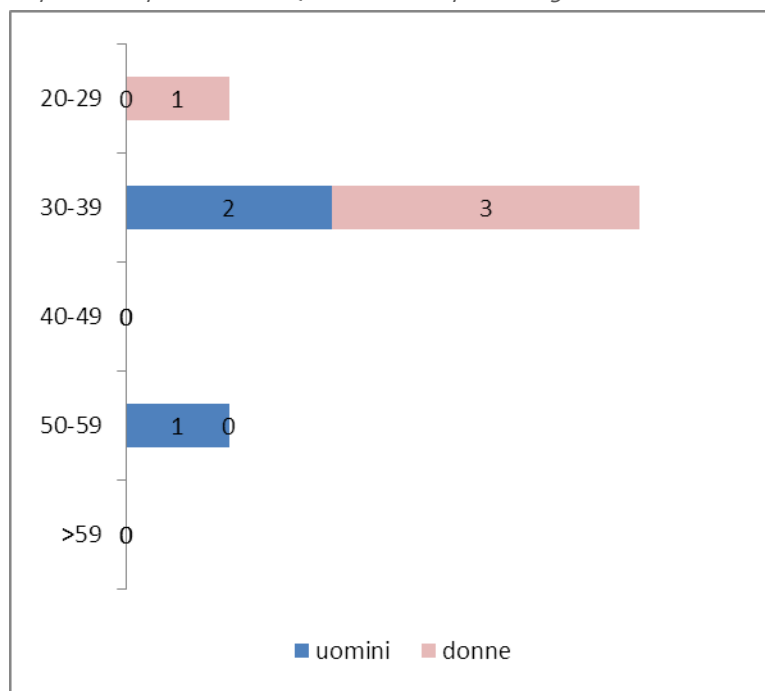
Composizione personale ISAQ CONSULTING per genere al 31.12.2016



Composizione personale ISAQ CONSULTING per inquadramento e genere al 31.12.2016

	uomini	donne	Totale
Dirigenti	1	---	1
Quadri	---	---	---
Impiegati	2	4	6
Totale	3	4	7

Composizione personale ISAQ CONSULTING per età e genere al 31.12.2016



2 – CONTESTO

Confcommercio Imprese per l'Italia delle province di Pistoia e Prato rappresenta le micro, piccole e medie imprese e i liberi professionisti nel settore terziario dei due territori provinciali, principalmente nel commercio, nel turismo e nei servizi.

Il contesto socio economico di riferimento è, quindi, il bacino comprendente le province di Pistoia e di Prato dove, a fianco di una lunga storia vivaistica e di industria metalmeccanica per la prima e una forte tradizione tessile per la seconda, il commercio ha svolto un ruolo determinante nel tessuto economico e imprenditoriale delle due aree.

2.1 IL CONTESTO REGIONALE

Confcommercio Pistoia e Prato si iscrive all'interno del più ampio contesto della Regione Toscana dove, secondo i dati di Unioncamere Toscana, al 31 Dicembre 2016, le imprese registrate risultano 414.900 con un numero di nuove imprese nate nel corso dell'anno pari a 25.073 e un numero di cessate pari a 23.260.

Sono quindi 1.813 le aziende in più rispetto al 31 Dicembre 2015 con un tasso di crescita annuale del +0,4%: un dato lievemente positivo dovuto però ad un tasso di cessazione relativamente stabile (5,6%) e un tasso di natalità sceso dal 6,6% al 6,0%.

L'ultimo trimestre dell'anno si caratterizza infatti per una forte diminuzione delle iscrizioni, più accentuata in Toscana rispetto alla media nazionale.

Ad incidere negativamente sullo sviluppo dell'imprenditoria toscana, e più in generale italiana, è soprattutto il perdurare della crisi del sistema artigiano, compensata in parte dalla crescita delle imprese non artigiane (+1,0%).

Complessivamente nel 2016 tutti i principali macrosettori di attività economica, ad esclusione dell'edilizia, hanno visto crescere il numero di aziende, anche se a ritmo più lento rispetto ai periodi precedenti. Cresce soprattutto il terziario e, come più dinamico si conferma il settore dei servizi (+1,0%).

Imprese registrate in Toscana per macro-settore di attività economica – Anno 2016

Settori di attività	Imprese registrate	Variazioni assolute	Variazioni assolute
	al 31.12.2016	(rispetto al 31.12.2015)	(rispetto al 31.12.2015)
Agricoltura e pesca	41.036	74	0,20%
Industria s.s.	56.357	32	0,10%
Edilizia	61.031	-656	-1,10%
Servizi	237.701	2.395	1,00%
- Commercio e Turismo	135.821	1.061	0,80%
- Altri servizi	101.880	1.334	1,30%
Non classificate	18.775	110	0,60%
Totale	414.900	1.955	0,50%

(Fonte: elaborazioni Unioncamere Toscana su dati Movimpresa)

2.2 IL CONTESTO PLURITERRITORIALE

Guardando al totale di imprese registrate in Toscana al 31.12.2016 suddivise per provincia – secondo i dati di Unioncamere Toscana – Pistoia e Prato contano complessivamente 66.509 imprese (32.924 per Pistoia e 33.585 per Prato).

Nell'ultimo anno nella provincia di Pistoia si sono iscritte 2.006 nuove imprese contro 1.901 cessazioni, per un saldo pari a 105 imprese.

Nella provincia pratese, invece, sono 2.637 le nuove iscrizioni contro le 2.401 imprese cessate per un saldo pari a 236.

Secondo i dati della Camera di Commercio di Pistoia, nella provincia pistoiese si registra un tasso di crescita pari a +0,3% rispetto al 2015, mentre Prato spicca nel contesto regionale con +0,7% (equiparato solo da Livorno).

Totale imprese per provincia

Provincia	31.12.2016		Anno 2016						
	Registrate	Attive	Iscrizioni	Cessazio ni non d'ufficio	saldo	Tasso di natalità	Tasso di mortalità	Tasso di crescita	
Arezzo	37.875	32.966	2.144	2.132	12	5,6	5,6	0	
Firenze	109.806	92.920	6.505	6.063	442	5,9	5,5	0,4	
Grosseto	29.113	25.853	1.658	1.215	443	5,7	4,2	1,5	
Livorno	32.986	28.275	2.120	1.902	218	6,5	5,8	0,7	
Lucca	43.155	36.697	2.517	2.345	172	5,8	5,4	0,4	
Massa Carrara	22.691	18.869	1.380	1.258	122	6	5,5	0,5	
Pisa	43.791	37.168	2.536	2.507	29	5,8	5,7	0,1	
Pistoia	32.924	28.419	2.006	1.901	105	6,1	5,8	0,3	
Prato	33.585	29.057	2.637	2.401	236	7,9	7,2	0,7	
Siena	28.977	25.527	1.570	1.536	34	5,4	5,3	0,1	
Totale Toscana	414.900	355.751	25.073	23.260	1.813	6	5,6	0,4	

(Fonte: Camera di Commercio di Pistoia)

Fra le imprese iscritte nei registri delle rispettive Camere di Commercio, sono in totale oltre 28.800 le imprese registrate a fine 2016 appartenenti ai settori del commercio del turismo e dei servizi e, nello specifico, 14.373 su Pistoia e 14.512 su Prato.

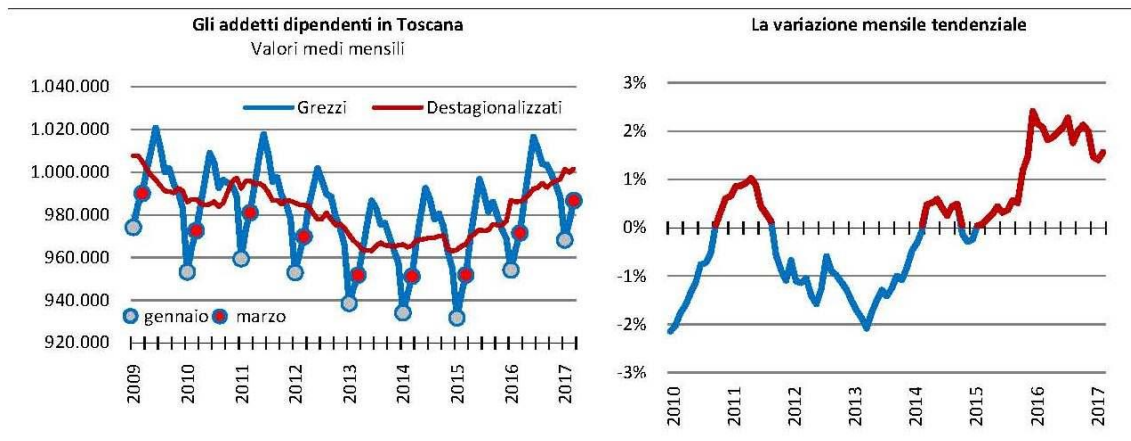
2.3 IL LAVORO IN TOSCANA

Secondo il rapporto IRPET sulla situazione economica e sul lavoro in Toscana del 4/07/2017, il 2016 si chiude con segno positivo per il mercato del lavoro (+1,9%) che trova conferma anche nel dato tendenziale del primo trimestre del 2017 (+1,6%); segno che ci troviamo in una fase di recupero rispetto alla fase più acuta della crisi.

L'aumento dei dipendenti è diffuso a quasi tutti i settori produttivi e i servizi commercio e turismo mostrano andamenti positivi.

Il miglioramento del quadro congiunturale – in atto ormai da almeno un biennio – si è riflesso quindi in un aumento del lavoro dipendente: gli avviamenti superano le cessazioni a conferma che il numero delle posizioni aperte di lavoro sta crescendo.

In Toscana, nel 2016, gli addetti dipendenti sono aumentati di 19mila unità, seguiti dalla dinamica positiva del primo trimestre 2017 che segna un aumento nell'ordine di 15 mila unità.



(Fonte: Rapporto IRPET sulla situazione economica e sul lavoro in Toscana)

I due grafici illustrano il trend crescente dell'occupazione dopo il periodo nero compreso dalla metà del 2008 fino al 2014. Il primo grafico mostra l'andamento mensile degli addetti, mentre il secondo la loro variazione tendenziale: in entrambi è facile osservare la crescita nell'andamento degli addetti che avviene a cavallo del 2016, poco prima del potenziamento – per durata e ammontare di risorse – del bonus contributivo legato alle assunzioni a tempo indeterminato.

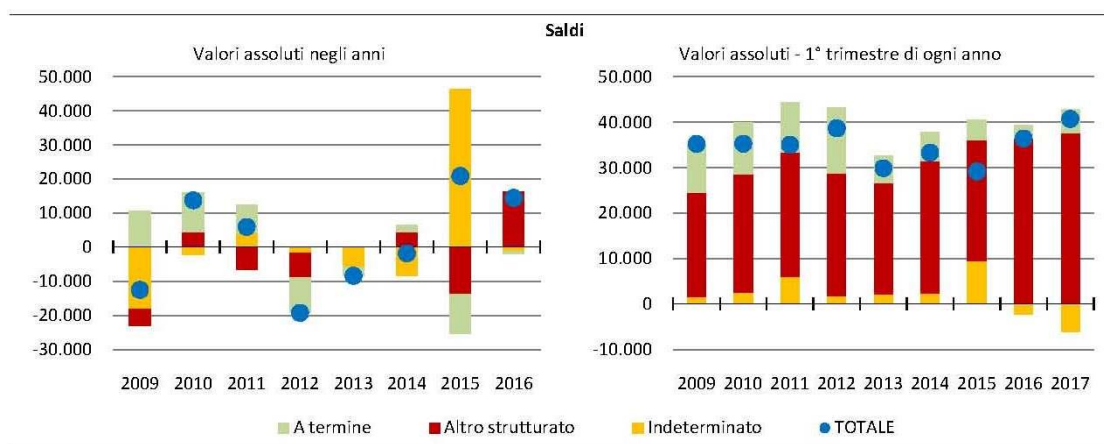
Nel 2016 i rapporti di lavoro avanzati sopravanzano quelli cessati di 14.000 unità, per un risultato quasi totalmente imputabile alle dinamiche attribuibili al tempo determinato e, in misura inferiore, a quelle della somministrazione.

Viceversa, i rapporti a tempo indeterminato presentano saldi negativi.

Il risultato con cui si apre il 2017 è – nel confronto ai primi trimestri di ogni anno – il migliore osservato a partire dal 2009 ma, anche in questo periodo i contratti a tempo indeterminato mostrano un bilancio negativo, che testimonia l'esaurimento della loro dinamica espansiva.

Il saldo positivo fra gli avviamenti e le cessazioni è trainato prevalentemente dalla flessione delle cessazioni, più che dall'aumento degli avviamenti che, in ogni caso,

nel primo trimestre del 2017 aumentano del 6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.



(Fonte: Rapporto IRPET sulla situazione economica e sul lavoro in Toscana)

3 – STAKEHOLDER

Gli strumenti del Bilancio Sociale 2016 e Budget Sociale 2017 sono rivolti essenzialmente ai nostri portatori di interesse senza i quali le nostre strategie, i nostri obiettivi non avrebbero ragione di essere realizzati.

Gli stakeholders sono rappresentati da tutte quelle persone e strutture/organizzazioni pubbliche e private organizzate su base locale, regionale e nazionale sulle quali le attività dell'Associazione si riflettono, o potrebbero riflettersi in futuro e che possono influenzare a loro volta le nostre azioni.

Comprendere e rispondere ai mutevoli bisogni ed aspettative dei vari stakeholders continua ad essere per noi l'obiettivo sociale al fine di instaurare con essi relazioni fiduciarie biunivoche e costanti le quali possano portare a costruire rapporti duraturi nel tempo.

Riteniamo che sia tempo di costruire una dimensione organizzativa non più configurata soltanto secondo i tradizionali centri di domanda/offerta istituzionali piuttosto come un sistema di mediazione tra reti di interessi istituzionali, sociali ed imprenditoriali.

3.1 – MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER

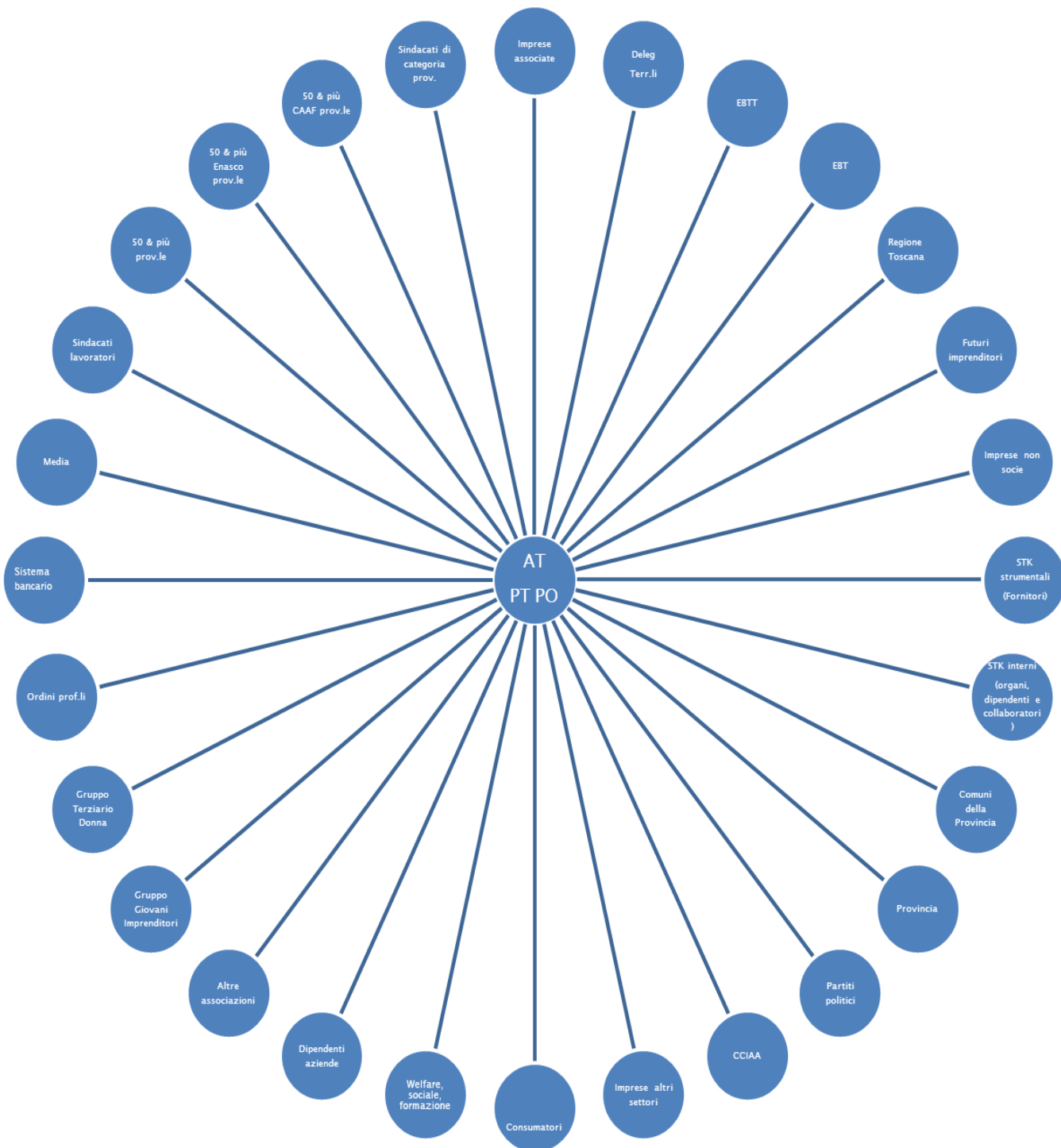
Partendo da analisi ed attività di dialogo in corso, abbiamo rilevato i nostri stakeholders così suddivisi:

- **le imprese del commercio, turismo, dei servizi, trasporti e della logistica** sia associate sia non associate che provvediamo a segmentare in base sia alla categorie sia al territorio di appartenenza dedicando loro servizi mirati;
- **i dirigenti del gruppo** con i quali il confronto è costante per mantenere viva la sensibilità sulle istanze delle categorie e sui territori;
- **le Istituzioni e gli Enti pubblici** locali, regionali e nazionali con i quali il dialogo è pressoché quotidiano;
- **i media** con i quali la comunicazione è ben strutturata su entrambi i territori provinciali e nell'area regionale attraverso comunicazioni web, social, stampa, servizi televisivi;
- **la comunità locale** verso la quale monitoriamo i bisogni locali, promuoviamo lo sviluppo di progetti in partnership con Federazioni territoriali per il bene collettivo;
- **il personale dell'organizzazione** il quale vive in prima persona l'Associazione dall'interno e verso cui sono orientate politiche di qualificazione e benessere;
- **aziende clienti** alle quali offriamo servizi innovativi che vanno incontro ai loro bisogni;
- **aziende fornitrici** dalle quali acquistiamo prodotti e servizi per la struttura scelte fra i nostri associati.

elenco Stakeholder	Assegnazione a Gruppo / Categoria
Delegazioni Territoriali	Soci
Sindacati di categoria provinciali	Soci
Gruppo Terziario Donna	Soci
Gruppo Giovani Imprenditori	Soci
Ente Bilaterale del Terziario di Pistoia* <i>(nel Giugno 2017 costituito l'Ente Bilaterale Regionale del Terziario)</i>	Enti collegati
50 & Più provinciale	Enti collegati
50&Più Enasco provinciale	Enti collegati

50&Più CAAF provinciale	Enti collegati
Ente Bilaterale del Turismo toscano	Enti collegati
Imprese non associate	Imprese
Comuni delle province	Istituzioni
Province	Istituzioni
Regione Toscana	Istituzioni
Rappresentanti Partiti politici	Istituzioni
Camera di commercio	Mondo Economico
Altre Associazioni	Mondo Economico
Sindacati dei Lavoratori	Mondo Economico
Ordini Professionali	Mondo Economico
Imprese altri settori	Mondo Economico
Sistema Bancario	Mondo Economico
Consumatori	Mondo Economico
Dipendenti aziende	Mondo Economico
Istituti di scuola superiore	Sistema Welfare, sociale, formazione
Associazioni Non profit	Sistema Welfare, sociale, formazione
Fondi interprofessionali formazione	Sistema Welfare, sociale, formazione
Fondi previdenziali	Sistema Welfare, sociale, formazione
Media	opinione pubblica
Organi	stakeholder interni
Dipendenti e collaboratori del sistema	stakeholder interni
Imprese Associate	Soci
Futuri imprenditori	Opinione pubblica
Fornitori	stakeholder strumentali

Mappa degli stakeholder



attività	stakeholder																															
	Delegazioni Territoriali	Sindacati di categoria provincia	Gruppo Terziario Doma	Gruppo Giovani Imprenditori	Ente Bilaterale del Terziario di 50 & Più provinciale	50&Più Enasco provinciale	50&Più CAAF provinciale	Ente Bilaterale del Turismo	Imprese non associate	Comuni della provincia	Provincia	Regione Toscana	Rappresentanti Partiti politici camera di commercio	Altre Associazioni	Sindacati dei Lavoratori	Ordini Professionali	Imprese altri settori	Sistema Bancario	Consumatori	Dipendenti aziende	Istituti di scuola superiore	Associazioni Non profit	Fondi interprofessionali	Fondi previdenziali	Media	Organi	Dipendenti e collaboratori del	Imprese Associate	Futuri imprenditori	Uniser	Fornitori	
Attività di Rappresentanza sindacale	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				X	X		X					
Servizio Contabilità																															X	
Servizio Paghe																															X	
Gestione Vertenze					X		X							X							X									X		
Servizio domanda offerta lavoro				X			X		X	X											X									X		
Servizi amministrativi																														X		
Servizio start up di impresa																															X	
Consulenze finanziamenti agevolati											X		X																X	X		
Garanzie sui finanziamenti																														X		
Attività di promozione delle categorie	X	X	X	X																									X			
Servizi di Check up energia																														X		
Offerta agevolazioni e convenzioni																														X		
Gestione Centri Commerciali Naturali	X								X	X		X																		X		
Formazione per disoccupati																																
Formazione professionalizzante							X																					X	X			
Formazione continua																														X		
Formazione finanziata per aziende																														X		
Convegni di approfondimento	X	X	X	X	X		X								X	X				X	X				X			X	X			
Organizzazione eventi	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X		X		X			X		X			X
Attività di promozione turistica territorio	X	X						X	X	X	X	X	X	X															X			
Servizio di assistenza igiene sicurezza ambiente e qualità		X																												X		
consulenze in materia previdenziale					X	X																								X		
Viaggi - trasferte dirigenti	X	X	X	X																					X							
Progetti di sviluppo associativo							X							X																		
Progetti di commercializzazione dei servizi							X							X																X		
Attività di ufficio stampa	X	X	X	X			X	X	X				X	X										X	X		X	X	X			
Attività di comunicazione e informazione	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X				X	X			X		X	X		X	X	X			
Organizzazione fiere e mercati	X	X					X	X										X	X													
Accordi e collaborazioni	X	X		X	X		X	X	X						X	X					X		X		X		X		X			

3.2 – PUNTO DI VISTA DEGLI STAKEHOLDER

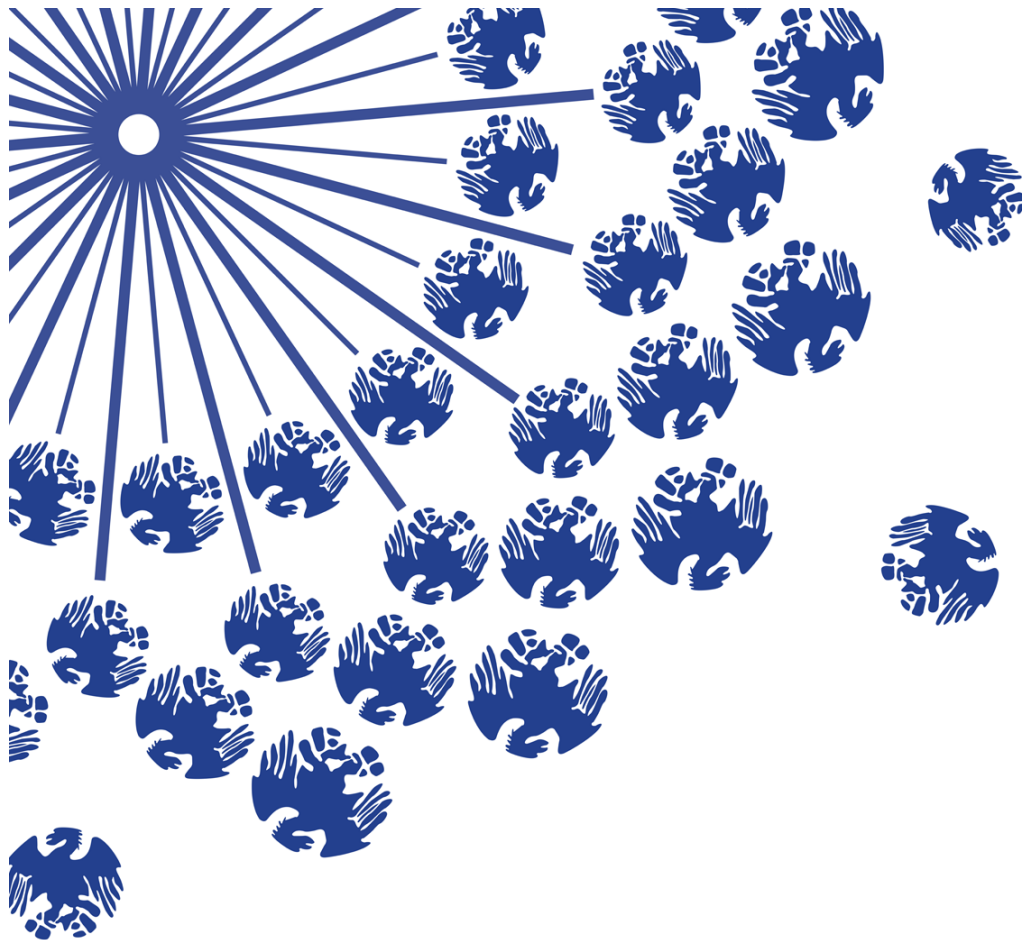
Il coinvolgimento degli stakeholders è un elemento chiave per orientare la nostra nuova rotta verso la costruzione di relazioni di lunga durata.

La predisposizione di adeguati strumenti di « ascolto » ci permette di migliorare la gestione delle nostre attività di rappresentanza, sindacali oltre ai servizi e di rispondere efficacemente alle loro richieste e soddisfare le loro aspettative.

Di seguito i principali strumenti adottati nei confronti dei principali gruppi di stakeholder.

- **Per le imprese associate.** Comprendiamo le loro esigenze attraverso l'utilizzo di un sistema di analisi dei fabbisogni « Check Up aziendale » che nel medio e lungo periodo ci consente di offrire servizi e opportunità associative che rispondano alle reali esigenze dei soci. Grazie al sistema di gestione CRM siamo in grado di disporre di tutte le informazioni relative agli associati e gli esiti delle azioni promozionali e di servizio messe in campo. Negli anni abbiamo inoltre svolto attività di customer satisfaction rispetto al gradimento sui servizi offerti da parte delle imprese associate. I servizi hanno riscontrato un livello di gradimento rispetto ai diversi parametri (qualità del servizio ; rispetto privacy, tempo di risposta) di 4,5 su un massimo di 5. Attraverso l'organizzazione di eventi, riunioni e approfondimenti tendiamo a mantenere aperto il canale del confronto diretto per comprendere gli indirizzi sulle azioni da intraprendere.
- **Per gli enti locali e le altre realtà istituzionali.** Organizziamo incontri, partecipiamo alle riunioni convocate e agli eventi su tutti i temi di interesse associativo per mantenere aperto il confronto con tutte le realtà istituzionali del territorio nell'ottica di far sentire la voce delle imprese associate e per ottenere feedback costanti rispetto alle nostre attività.
- **Per i media.** I rapporti con gli organi di informazione sono quotidiani al fine di comunicare efficacemente le nostre attività e le nostre posizioni, per cui la comprensione di come i mezzi di comunicazione ci interpretano è fondamentale. Per questo sono sempre invitati alle nostre iniziative ed eventi e ci impegniamo per migliorare costantemente le nostre modalità di info/comunicazione di cui sono destinatari.
- **Per tutti gli stakeholder.** Le attività di comunicazione sui nostri canali istituzionali ma in particolare quella tramite social media, notevolmente cresciuta nell'ultimo anno, ci permette di avere feedback sulle nostre attività da una platea ampia e variegata di pubblico. L'incremento dei like ad una pagina facebook piuttosto che i commenti e le condivisioni dei nostri post

sono segnali importanti rispetto al punto di vista dei nostri stakeholder. Per questo motivo abbiamo deciso di lavorare intensamente sullo sviluppo della comunicazione sui social media e del web marketing nella nostra progettualità 2017.



BILANCIO SOCIALE 2016

CONFCOMMERCIO PISTOIA E PRATO



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

PROVINCE DI PISTOIA E PRATO

1 – RENDICONTO SOCIALE

Nel corso dell'annualità 2016 l'Associazione ha sviluppato le progettualità inserite nel budget sociale tenendo ben presenti le linee strategiche fissate in fase di pianificazione.

Giunti a conclusione dell'anno si osserva che gli obiettivi generali prefissati sono stati raggiunti. In particolare Confcommercio delle province di Pistoia e Prato ha, infatti, incrementato la base associativa in entrambi i territori di competenza, ha messo in atto iniziative volte a rafforzare l'integrazione fra i due territori e a intensificare la presenza sul territorio pratese in termini di servizi e rappresentanza.

Abbiamo ottimizzato il nuovo sistema di marketing dei servizi orientato alla soddisfazione del cliente e a fare in modo che i nostri associati percepiscano Confcommercio quale partner in grado di offrire servizi qualificati e specifici che possano renderli più competitivi.

Abbiamo agito sull'organizzazione interna e nello specifico sulle competenze tecniche e relazionali dei collaboratori oltre che sulla messa in qualità e innovazione tecnologica dei servizi.

Ci siamo impegnati nell'ideazione di nuove iniziative ed eventi che fossero realmente rispondenti alle istanze proposte dai nostri associati e utili allo sviluppo economico del territorio di riferimento.

1.1 – SVILUPPO ASSOCIATIVO

Confcommercio Pistoia e Prato dal 2007 imposta una pianificazione annuale di sviluppo della base associativa, suddivisa per territori di competenza e categorie.

La nostra azione di sviluppo associativo è diffusa, nel senso che ogni area è chiamata a dare il proprio contributo all'ampliamento della base nel momento in cui entra in contatto con aziende non associate.

La maggior parte delle attività di sviluppo sono comunque affidate ai collaboratori che operano sui territori e all'area Assistenza Soci.

La base associativa risulta in crescita costante e rileviamo nel 2016 una diminuzione delle aziende dimissionarie che si ipotizza sia dovuta in parte ad un minor numero di cessazioni registrato. Si registra, inoltre, una crescita del numero di aziende che saldano la quota associativa nei tempi stabiliti, segno di una maggiore soddisfazione/fidelizzazione degli associati.

I collaboratori dedicati all'attività di sviluppo seguono specifici percorsi formativi per accrescere le proprie competenze in ambito relazionale e nell'analisi dei fabbisogni, in modo che possano comprendere le reali esigenze delle aziende e proporre le corrette soluzioni. Il piano di sviluppo associativo si interseca e integra con il progetto « La Nuova Rotta » del quale è una linea d'azione essenziale.

La base associativa attualmente risulta così composta :

Per territorio	
Pistoia e Piana Pistoiese	42,55%
Valdinievole	32,00%
Area Pratese	11,00%
Montagna Pistoiese	7,70%
Altro	6,75%
TOTALE	100,00%

Per Categoria	
Commercio ingrosso e dettaglio	31,60%
Commercio su aree pubbliche	5,80%
Pubblici Esercizi e turismo	25,65%
Servizi alle imprese	6,10%
Tabacchi, giochi e giornali	2,70%
Professionisti-serv. alla persona-altro	17,00%
TOTALE	100,00%

Dati sulle iniziative di sviluppo della base associativa

Numero totale imprese socie nell'anno 2016	7072
Numero totale nuove imprese associate nell'anno 2016	1051
Numero totale incontri presso le Associazioni Territoriali	114
Numero di imprese che partecipano agli eventi dell'Associazione	Da un minimo di 30 a un massimo di 250 per singolo evento
Numero totale convenzioni stipulate nell'anno 2016 con aziende	5
Numero totale convenzioni stipulate nell'anno 2016 con studi professionali	6

1.2 – SERVIZI

Siamo convinti che per poter esprimere servizi di alto livello, dobbiamo di anno in anno impegnarci e investire per la loro ottimizzazione.

Nel corso del 2016 siamo intervenuti con l'introduzione di elementi di innovazione tecnologica, con l'inserimento di nuovi ambiti di consulenza ma soprattutto ricercando margini di efficientamento nella qualità dell'erogazione.

Questo aspetto ci preme particolarmente e riguarda tutta la filiera, dalla fase di promozione e proposta del servizio a quella di pura erogazione fino al monitoraggio e controllo qualità anche attraverso azioni di customer satisfaction.

I collaboratori di ogni settore sono inseriti in specifici percorsi formativi per un aggiornamento tecnico costante.

Inoltre ogni settore ha avviato il proprio piano di sviluppo in ottica sovra provinciale per garantire i medesimi servizi e con lo stesso livello di qualità in entrambe le province.

Grazie al progetto “La nuova rotta” abbiamo valorizzato la rete di relazioni con gli associati e dato vita a un sistema di analisi dei loro fabbisogni che si è manifestato positivamente sull'acquisizione di nuovi clienti per i nostri servizi, molti dei quali, dimostrano oggi un trend in crescita.

Tra i servizi legati alla rappresentanza sindacale hanno avuto esito particolarmente positivo le progettualità dei settori nei quali abbiamo dato vita a momenti di condivisione fra imprenditori e imprenditrici che si sono dimostrati particolarmente disponibili a fare “network” verso obiettivi comuni.

Consulenza contabile e fiscale

N. totale contabilità trattate nell'anno 2016	552
Dinamica del servizio	75 nuove aziende nel 2016
Accesso per l'utenza (N. ore medie di apertura settimanali)	35
Utenti beneficiari dei trattamenti fiscali e previdenziali	3.000 circa

Consulenza per finanziamenti

Totale interventi (N. totale imprese assistite nell'anno 2016)	930
--	-----

Accesso per l'utenza (N. ore medie di apertura settimanali)	35
Imprese beneficiarie di finanziamenti	243
Finanziamenti generati (Totale finanziamenti ottenuti dalle imprese)	€ 9.593.348

Consulenza su avvio d'impresa e nuove professioni

Totale interventi (N. totale di imprese assistite nell'anno 2016)	29
Costo medio del servizio (Costo tot. assistenza nell'anno 2016 / Numero tot. imprese assistite nell'anno 2016)	€ 150,80

Consulenza su lavoro, personale, sindacale

N. tot. incontri sindacali attuati sul territorio nell'anno 2016	50
Totale interventi (N. totale imprese assistite nell'anno 2016)	365
Dinamica del servizio	80 nuove aziende nel 2016
Accesso per l'utenza (N. ore medio di apertura settimanali)	35

Consulenza su sicurezza - ambiente - igiene alimentare - certificazioni

N. totale corsi svolti durante l'anno 2016	270
N° partecipanti corsi	4497
N. totale contratti di convenzione dell'anno 2016	1015
N. sopralluoghi svolti nell'anno 2016	2826

Formazione

N. totale corsi svolti durante l'anno 2016	140
N° partecipanti corsi	1548
N° tirocini - piani formativi effettuati	582

SCHEDA RILEVAZIONE | SERVIZI

AREA FISCALE

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO

L'Area Fiscale di Confcommercio Pistoia e Prato mette a disposizione delle aziende del commercio, del turismo e dei servizi delle due province:

- Tenuta della contabilità semplificata e ordinaria
- Adempimenti presso vari organi della P.A.
- Elaborazione ed invio telematico dichiarativi fiscali
- Assistenza per verifiche fiscali e contenzioso tributario
- Verifiche periodiche sulla gestione aziendale
- Servizi di controllo e gestione della pianificazione aziendale

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Aziende associate a Confcommercio Pistoia e Prato

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

L'attività è tra quelle riconosciute come "tradizionali" e si svolge, tramite la società Ascom Servizi srl unip. CAF IMPRESE, presso le sedi di Confcommercio e, in alcuni casi, in base alle esigenze del cliente, anche presso la sede.

Ogni azienda viene affiancata da un consulente fiscale dedicato che la segue nello svolgimento degli obblighi fiscali e garantisce il corretto andamento aziendale da un punto di vista economico finanziario.

PRINCIPALI RISULTATI RAGGIUNTI

- Incremento servizi offerti
- Ottimizzazione dei tempi di lavoro grazie all'utilizzo di nuove tecnologie
- Incremento del numero di aziende in assistenza

INNOVAZIONI INTRODOTTE NEL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ANNO

Introduzione di nuove tecnologie mirate a ottimizzare i tempi di lavoro e migliorare la qualità del servizio

COSTI RILEVATI

€ 45.000

SCHEDA RILEVAZIONE | SERVIZI

AREA LAVORO

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO

Il servizio dall'Area Lavoro si concretizza prettamente nell'attività di assistenza alle Imprese in materia di contrattazione collettiva e mercato del lavoro. Nel dettaglio:

- Gestione delle trattative per i rinnovi dei CCNL relativi a dipendenti e dirigenti operanti nei settori del commercio e del turismo
- Assistenza in materia di contrattazione aziendale sia di livello nazionale che territoriale
- Trattazione di contratti integrativi aziendali e della gestione dei licenziamenti collettivi, delle procedure di mobilità e della cassa integrazione guadagni
- Gestione dei rapporti di lavoro, redazione e stipula di contratti e gestione dell'eventuale estinzione
- Gestione delle vertenze sia presso la Commissione di conciliazione istituita c/o l'Ente Bilaterale Territoriale del terziario della Provincia di Pistoia e Prato, sia presso l'Ispettorato del Lavoro di Pistoia e Prato
- Consulenza sugli Enti Bilaterali e sull'assistenza sanitaria integrativa, sulle modalità di adesione e contribuzione, sulle prestazioni sanitarie offerte e sulle modalità per richiederle oltre che sulle strutture convenzionate presenti sul territorio
- Consulenza sulle modalità di adesione ai Fondi Interprofessionali

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Aziende associate a Confcommercio Pistoia e Prato

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

L'attività è tra quelle riconosciute come "tradizionali" e si svolge presso le sedi di Confcommercio e, in alcuni casi, in base alle esigenze del cliente, anche presso la propria sede previa appuntamento.

PRINCIPALI RISULTATI RAGGIUNTI

- Aumento del 23% del numero di aziende gestite
- Incremento della produttività dell'area attraverso l'utilizzo di un nuovo programma di gestione
- Innovazione delle modalità di erogazione del servizio
- Riorganizzazione dell'area utilizzata come leva di commercializzazione del servizio che ha dato un valore aggiunto tangibile e spendibile verso le aziende maggiormente strutturate e con elevato numero di dipendenti, ottenendo un vantaggio competitivo nei confronti dei competitor

INNOVAZIONI INTRODOTTE NEL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ANNO

Utilizzo di nuovi software per la trasmissione delle presenze e per l'analisi del costo del personale

COSTI RILEVATI

€ 30.000

SCHEDA RILEVAZIONE | SERVIZI

AREA CREDITO

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO

CentroFidi Terziario agevola le imprese associate nell'accesso al credito grazie a convenzioni con i più importanti istituti di credito. Centrofidi ha stipulato convenzioni con la quasi totalità degli istituti creditizi presenti sul mercato locale e può quindi vantarsi di essere in linea con le prescrizioni di Basilea 2 e di erogare credito con garanzia "a prima richiesta" alle imprese del terziario utilizzando anche la controgaranzia del Medio Credito Centrale.

L'area fornisce inoltre consulenza ed assistenza per l'accesso a finanziamenti agevolati nazionali, regionali e locali e si rivolge alle imprese di tutti i settori produttivi.

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Imprese associate delle province di Pistoia e Prato

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

- Definizione nuovi prodotti finanziari da parte di CentroFidi Terziario (*finanziamenti bullet*) capaci di soddisfare le diverse necessità delle aziende
- Realizzazione accordi con strutture regionali deputate alla gestione dei fondi pubblici e convenzioni con studi professionali specializzati
- Promozione sul territorio delle novità normative e finanziarie introdotte da CentroFidi Terziario e Medio Credito Centrale
- Gestione e assistenza delle richieste da parte degli associati attraverso l'individuazione della formula di finanziamento più adatta alle esigenze del richiedente

PRINCIPALI RISULTATI RAGGIUNTI

- Aziende associate che sono riuscite ad accedere ai finanziamenti vantaggiosi
- Riduzione dei tempi di risposta e conseguente aumento della soddisfazione del cliente
- Ampliamento della base Associativa

INNOVAZIONI INTRODOTTE NEL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ANNO

- Promozione e gestione *Finanziamenti Bullet* per le piccole e medie imprese del terziario
- Ottimizzazione nella gestione dei clienti e nella collaborazione fra aree interne all'Associazione

COSTI RILEVATI

€ 30.000

SCHEDA RILEVAZIONE | SERVIZI

ISAQ CONSULTING IGIENE SICUREZZA AMBIENTE QUALITÀ

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO

- Offrire alle imprese rappresentate consulenze, assistenza continuativa e un servizio qualificato sulla corretta gestione di: sicurezza sul lavoro, igiene, ambiente e certificazioni
- Sensibilizzare le imprese sui temi in oggetto, informarle sugli adeguamenti da fare e su eventuali variazioni normative
- Introdurre nuovi servizi "collegati" in base alle novità normative e/o a nuove esigenze aziendali e/o di specifici settori

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Imprese associate e non associate con personale dipendente delle province di Pistoia, Prato e Lucca

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

- Check up gratuito alle imprese soggette alle normative per informarle sul grado di conformità dell'azienda
- Proposta di adeguamento a cura dei tecnici di Isaq Consulting
- Studio di nuovi servizi in base alle variazioni normative e alle esigenze aziendali emerse
- Gestione partecipazione ai bandi per conto delle aziende cliente

PRINCIPALI RISULTATI RAGGIUNTI

- introduzione nuovo servizio di energy management
- incremento delle aziende assistite in assistenza sulle tre province
- migliori performance della rete commerciale
- buona percentuale di aziende che sono riuscite ad accedere ai bandi

INNOVAZIONI INTRODOTTE NEL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ANNO

- Formazione continua alla rete commerciale
- Ottimizzazione di pianificazione, monitoraggi e controllo dell'area tecnica e di quella commerciale

COSTI RILEVATI

€ 55.000

SCHEDA RILEVAZIONE | SERVIZI

AREA FORMAZIONE

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO

Confcommercio, attraverso l'Agenzia Formativa ASCOM Servizi srl, Accreditata in Regione Toscana per i Servizi di Formazione professionale, è attiva dal 1993 a fianco delle aziende di commercio, turismo e servizi per la promozione e lo sviluppo delle competenze professionali adeguate alla loro crescita sul territorio.

L'agenzia formativa promuove il costante aggiornamento professionale degli imprenditori dei settori rappresentati e dei loro dipendenti, la definizione di strategie e strumenti mirati alla valorizzazione delle risorse umane.

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Aziende associate a Confcommercio delle province di Pistoia e Prato

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

L'attività si è svolta su 5 sedi (Pistoia, Prato, Montecatini Terme, Pescia e San Marcello P.se) corredate da aule di formazione.

La promozione è avvenuta tramite contatti telefonici e di persona a carattere informativo con imprese e persone fisiche e attraverso comunicazioni istituzionali e social media.

Queste le tipologie di attività realizzate:

- Servizi di formazione per l'accesso all'attività d'impresa, di formazione obbligatoria o di qualificazione professionale riconosciuta a catalogo
- Servizi di formazione linguistica tramite il marchio International Speaking School
- Servizi di formazione Enogastronomica tramite il marchio Accademia Enogastronomica Toscana
- Servizi di formazione I.T. come Test Center Aica
- Servizi di formazione continua a catalogo o con progettazione specifica di piani aziendali o territoriali sul Fondo interprofessionale FORTE
- Servizi di formazione continua o di qualificazione professionale realizzati tramite FSE per figure professionali di specifico interesse del settore terziario, nonché per lavoratori a rischio di esclusione dal mercato del lavoro; azioni individuali di formazione continua dei lavoratori dipendenti; azioni propedeutiche ai piani formativi ed azioni positive di formazione per le pari opportunità
- Servizi di formazione professionale per l'apprendistato (formazione pubblica e aziendale)
- Servizi di tutoraggio per tirocini formativi

In ciascuna delle sedi è stato attivo uno sportello informativo dal lunedì al venerdì.

Complessivamente sono stati realizzati oltre 150 corsi con oltre 1500 allievi formati.

PRINCIPALI RISULTATI RAGGIUNTI

- Intensa attività di progettazione dovuta alla ripartenza del F.s.e.
- Attivazione corsi di formazione obbligatori per legge e corsi professionalizzanti per aziende e privati

INNOVAZIONI INTRODOTTE NEL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ANNO

Promozione delle attività formative attraverso la pagina facebook dell'Agenzia formativa

COSTI RILEVATI

€ 30.000

SCHEDA RILEVAZIONE | SERVIZI

SVILUPPO CONSORZI TURISTICI

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO

Obiettivo dei Consorzi Turistici – Consorzio Turistico Città di Pistoia e Consorzio Turistico APM Abetone e Montagna Pistoiese – è di promuovere il turismo sul territorio di Pistoia e della sua provincia, attraverso l'organizzazione, la promozione e la partecipazione ad iniziative che valorizzano gli aspetti storici, culturali, imprenditoriali e naturalistici dell'area.

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Aziende associate al Consorzio Turistico Città di Pistoia e Consorzio Turistico APM – Abetone e Montagna Pistoiese

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

I Consorzi si sono occupati di promuovere ed organizzare manifestazioni consolidate negli anni e che hanno ottenuto ampio successo in ambito provinciale ed extra provinciale:

- Progetto Visiting Pistoia: apertura straordinaria con orario continuato di chiese e monumenti nel centro storico di Pistoia, a partire dal mese di Luglio e Agosto tutti i giorni e nei fine settimana, per migliorare l'accoglienza ai turisti e visitatori che sono arrivati in città per scoprire la Capitale Italiana della Cultura 2017.
- La Toscana in Bocca: Kermesse enogastronomica dedicata alle eccellenze culinarie di Pistoia, come fiore all'occhiello della cucina toscana. Questo evento mira a valorizzare di elementi centrali dell'identità turistica di Pistoia: la buona tavola e i ritmi lenti. Per questo si è posto come strumento di attrazione turistica per il territorio con 40.000 visitatori registrati nell'edizione 2016.
- Un Altro Parco in Città: evento dedicato al verde in città, come valore centrale della cultura pistoiese, che si fonda sui temi dell'eco sostenibilità, del rapporto con la natura e del ritorno alle origini. In questa occasione, la centrale piazza della Sala in centro storico di Pistoia è stata ricoperta di un meraviglioso prato di erba vera e di alberature, creando uno scenario surreale e magico, capace di attrarre, anche attraverso i numerosi eventi collaterali, visitatori da tutta Italia.
- Festival Blues: il Consorzio Città di Pistoia è rientrato nel circuito organizzativo dell'evento occupandosi della promozione e della vendita, anche on line, di pacchetti turistici (biglietti+albergo).
- Partecipazione a fiere nazionali ed internazionali: i Consorzi hanno preso parte a fiere nazionali ed internazionali durante l'anno al fine di consolidare e/o sviluppare la propria immagine su determinati territori o verso determinati target.

PRINCIPALI RISULTATI RAGGIUNTI

- promozione e commercializzazione delle proprie attività imprenditoriali turistiche in un'ottica di "filiera di prodotto"
- analisi dei mercati e definizione delle strategie di marketing
- partecipazione a fiere, saloni, workshop e a manifestazioni di commercializzazione del

- prodotto turistico
- organizzazione educational tour sul territorio della provincia di Pistoia rivolti a giornalisti e operatori

INNOVAZIONI INTRODOTTE NEL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ANNO

Utilizzo sempre più costante e mirato dei social network come uno dei principali strumenti di promozione delle attività dei Consorzi.

COSTI RILEVATI

€ 350.000

SCHEDA RILEVAZIONE | SERVIZI

AREA CREAZIONE D'IMPRESA

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO

- Assistere lo sviluppo di nuove attività appartenenti al settore terziario nelle province di Pistoia e Prato
- Supportare il futuro imprenditore nelle scelte migliori e più adeguate alla tipologia di attività che si appresta ad avviare
- Accompagnare i richiedenti nella costruzione dell'attività attraverso consulenze personalizzate che toccano tutti gli aspetti relativi alla creazione dell'impresa

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Aspiranti imprenditori delle province di Pistoia e Prato

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

- Incontro con il potenziale imprenditore che espone il progetto
- Analisi di fattibilità dell'idea imprenditoriale e assistenza per lo sviluppo della stessa con consulenza e offerta di altre soluzioni finalizzate alla realizzazione dell'inizio dell'attività
- Consulenza per l'individuazione delle modalità di accesso ai finanziamenti per la realizzazione del progetto
- Assistenza tecnica e finanziaria
- Richiesta dei requisiti necessari per l'avvio dell'attività (compresa la verifica delle disposizioni di legge che prevedono l'eventuale possesso di requisiti, l'iscrizione in albi e registri, autorizzazioni o comunicazioni particolari)

PRINCIPALI RISULTATI RAGGIUNTI

- 29 nuove imprese che, attraverso lo sportello Creazione d'Impresa, hanno avviato la propria attività nel 2016
- Aumento del numero dei contatti ricevuto dallo sportello (189 nell'anno 2016)

INNOVAZIONI INTRODOTTE NEL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ANNO

- Incremento della visibilità alle nuove aziende e promozione dell'immagine dell'imprenditore attraverso intervista su TV locale e foto gallery su Reportpistoia.com
- Ottimizzazione delle attività di promozione del servizio

COSTI RILEVATI

€ 30.000

SCHEDA RILEVAZIONE | SERVIZI

AREA CATEGORIE E TERRITORIO

DIRETTIVA BOLKESTEIN

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO

- Informazione agli operatori che praticano attività di vendita su aree pubbliche sulla Direttiva europea Bolkestein e sulla sua applicazione
- Coinvolgimento degli operatori del settore e dei dirigenti dei sindacati di categoria a livello nazionale collegati a Confcommercio (Fiva e Snag)
- Assistenza e gestione nell'invio delle domande di rinnovo delle concessioni

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Commercianti su aree pubbliche ed ogni altra impresa anche non ambulante comunque operante su area pubblica (es. giornalai, chioschi di somministrazione di alimenti e bevande)

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

- Organizzazione 2 seminari informativi alla presenza dei vertici nazionali di FIVA Confcommercio e SNAG Confcommercio
- Creazione pagina web sul sito di Confcommercio Pistoia e Prato con aggiornamento costante dei bandi in uscita nei comuni delle province di Pistoia e Prato
- Attivazione del servizio di consulenza alle imprese
- Attivazione del servizio di compilazione e invio delle domande per le concessioni in scadenza
- Realizzazione di un piano di comunicazione coordinato per diffondere le informazioni che ha coinvolto diversi tipi di strumenti di comunicazione: stampa locale, sito web, newsletter, facebook, whatsapp

PRINCIPALI RISULTATI RAGGIUNTI

- 200 consulenze ai commercianti su aree pubbliche delle province di Pistoia e Prato in possesso di concessioni in scadenza
- 40 invii di domande di rinnovo delle concessioni in scadenza (avvenute prima del rinvio della scadenza al 31 Dicembre 2018)

INNOVAZIONI INTRODOTTE NEL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ANNO

- Utilizzo WhatsApp, Pagina Facebook e Sito come canali di aggiornamento

COSTI RILEVATI

Il progetto fa parte dei costi totali rilevati nell'Area Categorie e Territorio pari a € 50.000

SCHEDA RILEVAZIONE | SERVIZI

SVILUPPO SERVIZIO TERZIARIO "TO BE DONNA"

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO

Il progetto, promosso dal gruppo Terziario Donna Confcommercio delle province di Pistoia e Prato, ha avuto come obiettivo quello di costituire un punto di riferimento fondamentale per le donne imprenditrici delle due province, offrendo loro servizi concreti e strumenti utili per affrontare le necessità e le problematiche che incontrano durante il loro percorso imprenditoriale.

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Imprenditrici femminili del terziario associate a Confcommercio Pistoia e Prato

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

- Attivazione dello sportello "TO BE DONNA" presente sia presso la sede di Pistoia che presso quella di Prato. Rappresenta un importante strumento di consulenza ed assistenza alle imprenditrici sia nella fase di start-up aziendale che nella successiva fase di consolidamento aziendale. Elemento distintivo di tale sportello il tutoraggio attivo da parte delle Consigliere del Gruppo che si affianca alla consulenza svolta dai tecnici di Confcommercio.
- "Salotti del Benessere": momenti di incontro e di confronto fra le imprenditrici su tematiche preventivamente individuate e con l'intervento di relatrici donne specializzate nelle tematiche via via affrontate. In particolare si sono svolti 2 salotti: nel mese di febbraio a Prato sulla tematica "autostima e rinnovamento personale" e nel mese di maggio a Pistoia sulla tematica "alimentazione e benessere".
- Incontro con le imprenditrici della provincia di Prato volto ad illustrare loro la mission del Gruppo, le caratteristiche dello "sportello To Be Donna" e le iniziative realizzate.

PRINCIPALI RISULTATI RAGGIUNTI

- Miglioramento della fidelizzazione delle imprese femmiili associate che grazie all'attività svolta dallo sportello "To Be Donna" hanno potuto approfondire la conoscenza dei servizi messi a disposizione dal sistema Confcommercio
- Crescita del numero delle imprenditrici associate sia nella provincia di Prato che in quella di Pistoia
- Crescita e approfondimento della conoscenza e delle interazioni fra le imprenditrici anche attraverso l'utilizzo di WhatsApp e dei social network. I salotti del Benessere che hanno visto la partecipazione di circa 50 imprenditrici per volta, sono stati terreno fertile per la creazione di scambi fra imprenditrici volti a creare nuove opportunità di business

INNOVAZIONI INTRODOTTE NEL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ANNO

- Creazione di un gruppo whatsapp fra imprenditrici femminili che hanno consentito di rafforzare e fidelizzare le imprese femminili associate fornendo tempestivamente consulenza ed assistenza in tempo reale
- Creazione di relazioni commerciali fra imprenditrici nell'ottica del "fare rete" fra imprese che sarà la mission del Gruppo nel corso dell'anno 2017

COSTI RILEVATI

Il progetto fa parte dei costi totali rilevati nell'Area Categorie e Territorio pari a € 50.000

SCHEDA RILEVAZIONE | SERVIZI

SVILUPPO CATEGORIA FEDERCARNI PISTOIA E PRATO

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO

- Rilanciare il settore con iniziative che valorizzino la qualità dei prodotti e del lavoro dei macellai
- Creare una sempre più assidua collaborazione fra gli imprenditori del settore per la realizzazione di iniziative di grande richiamo
- Valorizzazione del ruolo dei negozi di vicinato

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Macellerie della provincia di Pistoia e di Prato associate a Confcommercio

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

- “LA TOSCANA IN BOCCA 2016”: nell’ambito dell’iniziativa realizzata dai ristoranti della provincia di Pistoia e Prato, che ha visto la presenza di oltre 40.000 persone, è stato allestito uno stand FEDERCARNI all’interno del quale i visitatori hanno potuto osservare l’arte della realizzazione dei pronti a cuocere. Realizzazione di show cooking realizzati dai ristoranti in affiancamento agli chef della Toscana in Bocca.
- “LA BRACE PER AMATRICE”: realizzata nel Settembre 2016 al Parco Pertini di Agliana, L’iniziativa ha visto il coinvolgimento di numerose macellerie delle province di Pistoia e di Prato che nel corso dell’intera giornata, hanno somministrato ai visitatori vari tipi di salumi e di carne alla brace accompagnati da contorni e prodotti da forno di vario tipo. L’intero ricavato dell’iniziativa è stato devoluto alle popolazioni di Amatrice colpite dal sisma.
- “ESTATE IN FORTEZZA”: iniziativa realizzata nel luglio del 2016 presso la Fortezza Santa Barbara a Pistoia. Anche in questo caso i macellai delle province di Pistoia hanno somministrato agli oltre 200 visitatori un aperitivo con vari tipi di salumi e di altri preparati di macelleria. Il ricavato è stato devoluto alla “Fondazione Firenze Radioterapica Oncologica”.

PRINCIPALI RISULTATI RAGGIUNTI

- Ricostituzione del sindacato di categoria per ridare nuovo slancio a un settore e a un gruppo di lavoro con la realizzazione di nuove iniziative e progetti
- Aumento della visibilità della categoria sul territorio delle province di Pistoia e Prato
- Promozione delle iniziative del Sindacato sui canali social (Facebook, Twitter), organi di stampa e televisivi con ritorno diretto e immediato anche per le singole imprese attraverso la promozione della qualità dei loro prodotti

INNOVAZIONI INTRODOTTE NEL SERVIZIO NEL CORSO DELL’ANNO

- Creazione di un gruppo whatsapp fra le aziende iscritte a FEDERCARNI PISTOIA e PRATO che

ha consentito di rafforzare e fidelizzare le macellerie associate fornendo tempestivamente consulenza ed assistenza in tempo reale

- Creazione relazioni commerciali e sinergie fra imprese

COSTI RILEVATI

Il progetto fa parte dei costi totali rilevati nell'Area Categorie e Territorio pari a € 50.000

SCHEDA RILEVAZIONE | SERVIZI

PROMOZIONE CENTRO ASSISTENZA TECNICA E CENTRI COMMERCIALI NATURALI

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO

L'Assistenza tecnica alle imprese si è esplicata attraverso più attività quali:

- consulenza alle aziende (es. privacy, mercato elettronico pubblica amministrazione, etc.)
- coordinamento segreteria Centri Commerciali Naturali
- progettazione e gestione operativa progetti di sviluppo del territorio e del tessuto commerciale
- coordinamento e gestione operativa di attività di marketing e promozione aziendale oltre che del tessuto commerciale
- identificazione dell'area del CCN valorizzandone le peculiarità
- promozione della fruizione e della frequentazione dell'area commerciale identificata a CCN

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Aggregati commerciali (es. centri commerciali naturali) e tessuto imprenditoriale del territorio

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

Per quanto riguarda l'erogazione dei nostri servizi si è inteso:

- fornire un servizio di assistenza allo sviluppo aziendale
- promuovere e supportare il tessuto commerciale cittadino
- promuovere sviluppo del territorio e delle sue peculiarità
- rappresentare uno degli interlocutori principali per lo sviluppo del territorio e del comparto commerciale dell'area CCN
- rafforzare il legame con le aziende associate al CCN creando attività a valorizzazione degli stessi.

Rispetto ai servizi rivolti ai singoli imprenditori abbiamo offerto:

- Consulenze individuali

Rispetto ai servizi offerti agli aggregati commerciali come i CCN:

- Momenti informativi di gruppo dedicati a tutti gli imprenditori del tessuto commerciale
- Incontri di carattere operativo con una delegazione ristretta

Sono coinvolti nell'attuazione 1 dipendente del CAT di Pistoia con funzione di raccordo con gli operatori dell'area sindacale e dei territori con i quali coordina anche i Centri Commerciali Naturali.

PRINCIPALI RISULTATI RAGGIUNTI

- Realizzazione di iniziative di animazione territoriale di grande richiamo sui territori coinvolti
- Rafforzamento dei rapporti con le aziende coinvolte nel sistema dei Centri Commerciali Naturali e con Enti e Istituzioni appartenenti ai territori di competenza

INNOVAZIONI INTRODOTTE NEL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ANNO

Fornire servizi di assistenza allo sviluppo aziendale sempre più mirati alle esigenze al fine di supportare il tessuto commerciale cittadino e promuovere lo sviluppo del territorio

COSTI RILEVATI

€ 180.000

1.3 – PROGETTI

I progetti sviluppati nel corso del 2016 hanno sostenuto le linee strategiche delineate e incentivato il raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Nello specifico i progetti messi in campo sono stati orientati in via prioritaria a comprendere e instaurare relazioni positive e proficue con il territorio pratese e con il suo tessuto imprenditoriale.

Grazie al progetto La Nuova Rotta che nel 2016 ha raggiunto la piena operatività su Pistoia e ha superato la fase di start up a Prato, abbiamo promosso i servizi dell'associazione ponendo al centro le necessità e i fabbisogni espressi dagli associati.

Per quanto riguarda il marketing territoriale le iniziative intraprese hanno coniugato la valorizzazione delle peculiarità territoriali alla promozione del nostro patrimonio imprenditoriale e delle sue eccellenze.

Grazie a queste abbiamo dato corpo a un sistema di relazioni fra imprenditori e tra questi e l'associazione che rappresenta un importante valore aggiunto per noi come realtà associativa quanto per le aziende che ne dispongono.

Così come interveniamo sull'innovazione tecnologica dei servizi interni, riteniamo fondamentale offrire in modo continuativo spunti di riflessione agli imprenditori sugli elementi innovativi da introdurre nelle proprie aziende di commercio, turismo e servizi. Traino dei progetti sull'innovazione è stato il gruppo Giovani Imprenditori.

Partendo proprio dal presupposto che è necessario innovarsi, come imposto da un contesto in rapido mutamento, abbiamo cercato le modalità per migliorare le performance comunicative verso gli associati. In particolare, attraverso un progetto portato avanti dall'area comunicazione e immagine ci siamo concentrati sull'implementazione di un uso qualificato e professionale dei social come strumento di comunicazione bidirezionale con gli stakeholder.

Nell'ottica di alimentare il concetto di associazione come vantaggio competitivo e rete di vantaggi abbiamo dato seguito alle convenzioni nazionali su base territoriale perché gli associati possano trarne il massimo beneficio.

SCHEDA RILEVAZIONE | PROGETTI

RETE DI CONVENZIONI

FINALITÀ GENERALE DEL PROGETTO

Il progetto vuole promuovere le convenzioni nazionali che Confcommercio offre ai propri soci per sviluppare il business offrendo loro vantaggi in termini di risparmi e di produttività. Il lavoro di Confcommercio Pistoia e Prato va ad interagire con quello fatto a livello centrale e prosegue sul territorio attraverso un rafforzamento del rapporto con le reti commerciali delle società che hanno sottoscritto gli accordi di convenzione con le quali vengono sviluppate azioni in sinergia.

OGGETTIVI SPECIFICI PREVISTI

- Fidelizzare gli associati offrendo loro servizi esclusivi
- Rafforzare la rete dei rapporti con le aziende e le società sul territorio che offrono convenzioni
- Migliorare il numero e la qualità dei servizi proposti
- Incrementare gli associati grazie alla rete di convenzioni Confcommercio

PRINCIPALI FASI DI ATTIVITÀ E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

ANNO 2016

- Sottoscrizione di accordi con le agenzie territoriali delle società convenzionate
- Invio di comunicazioni periodiche agli associati sulle convenzioni attive sul territorio
- Condivisione delle tipologie di imprese sulle quali sviluppare azioni in sinergia
- Incontri periodici con i referenti delle agenzie territoriali
- Analisi dei fabbisogni sui servizi agli associati ed ai nuovi associati che hanno beneficiato delle convenzioni sottoscrivendo un contratto con una delle società convenzionate

RISULTATI RAGGIUNTI

- Crescita del numero di imprese che hanno acquistato autoveicoli o servizi presso le società convenzionate sostenendo costi sensibilmente inferiori rispetto a quelli di listino/mercato
- Aumento del numero degli associati Confcommercio

DURATA DEL PROGETTO

Anno 2016

ATTORI COINVOLTI ED EVENTUALI PARTNER

Direzione, Area comunicazione e marketing, Area categorie e sindacati, imprese associate

COSTI RILEVATI

Il progetto fa parte dei costi totali rilevati nell'Area Categorie e Territorio pari a € 50.000

SCHEDA RILEVAZIONE | PROGETTI

GIOVANI ED INNOVAZIONE

FINALITÀ GENERALE DEL PROGETTO

Il progetto, promosso dal Gruppo Giovani Imprenditori Confcommercio delle province di Pistoia e Prato, ha avuto come obiettivo fondamentale quello di promuovere lo **sviluppo e l'utilizzo delle nuove tecnologie** fra i giovani imprenditori.

OBIETTIVI SPECIFICI PREVISTI

- Aiutare gli associati a porre la giusta attenzione ai nuovi canali di vendita e di marketing
- Dare alle imprese del terziario delle province di Pistoia e Prato gli strumenti per innovarsi e per utilizzare le nuove tecnologie in modo consapevole al fine di sviluppare la propria attività
- Abbattere il gap iniziale e avvicinare le imprese al mercato alternativo del web

PRINCIPALI FASI DI ATTIVITÀ E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

- "SEMINARIO SU EBAY": è stato realizzato in data 31 marzo 2016 presso la Camera di commercio di Prato. Il seminario, che ha visto la partecipazione di oltre 250 imprenditori associati delle province di Prato e di Pistoia, ha avuto come obiettivo quello di illustrare agli imprenditori partecipanti come vendere su ebay e come aprire un negozio on-line nonché come modificare la propria realtà aziendale per non soccombere all'era digitale. Nel corso del seminario sono state inoltre distribuite circa 50 guide Le Bussole "Il negozio nell'era di internet" e quasi 200 guide Le Bussole "Vendere su Ebay".
- Creazione di uno "sportello ebay" sia presso la sede di Pistoia che presso quella di Prato avente come obiettivo quello di fornire assistenza e consulenza gratuita alle imprese in materia di commercio elettronico attraverso il canale ebay
- Seminario "RACCONTARSI AI TEMPI DEI SOCIAL": sono stati realizzati nel mese di giugno due seminari formativi, uno a Pistoia ed uno a Prato, aventi come obiettivo quello di insegnare alle aziende come ottimizzare la propria presenza all'interno dei socialnetwork evitando gli errori più comuni ed indicando le strategie migliori e i social network più adatti da utilizzare in base alla specifica realtà aziendale

RISULTATI RAGGIUNTI

- Miglioramento della fidelizzazione dei giovani imprenditori associati che grazie all'attività svolta hanno potuto approfondire la conoscenza dei servizi messi a disposizione dal sistema Confcommercio
- Crescita del numero dei giovani imprenditori associati sia nella provincia di Prato che in quella di Pistoia

DURATA DEL PROGETTO

Dal 2016 e ancora in corso

ATTORI COINVOLTI ED EVENTUALI PARTNER

Direzione, Area comunicazione e marketing, Gruppo Giovani Imprenditori, imprese associate

COSTI RILEVATI

Il progetto fa parte dei costi totali rilevati nell'Area Categorie e Territorio pari a € 50.000

SCHEDA RILEVAZIONE | PROGETTI

LA NUOVA ROTTA

FINALITÀ GENERALE DEL PROGETTO

Elevare le strategie di marketing del sistema in ottica customer oriented, proporre Confcommercio come partner aziendale, sviluppare nei collaboratori un maggiore senso di appartenenza al sistema e non al singolo settore e maggiori competenze sulle opportunità messe a disposizione del sistema.

OBIETTIVI SPECIFICI PREVISTI

- Incrementare il numero degli associati che usufruiscono dei servizi Confcommercio
- Fidelizzare gli associati e migliorare le relazioni con essi
- Innovare i processi e introdurre nuove tecnologie

PRINCIPALI FASI DI ATTIVITÀ E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

- Azioni formative specifiche sui dipendenti
- Pianificazione delle azioni e degli obiettivi numerici specifici per aree a e individuali
- Somministrazione analisi dei fabbisogni aziendali alle imprese
- Controllo e monitoraggio degli andamenti tramite gestionali e riunioni periodiche
- Ottimizzazione uso gestionale CRM

RISULTATI RAGGIUNTI

- Incremento numero aziende che usufruisce dei servizi e maggiore consapevolezza dei soci sulle opportunità del sistema
- l'uso del nuovo gestionale crm è entrato nell'operatività quotidiana di ogni collaboratore
- le informazioni a disposizione del sistema sugli associati sono maggiori e più aggiornate
- miglioramento delle performance commerciali dei servizi

DURATA DEL PROGETTO

Dal 2014 e ancora in corso

ATTORI COINVOLTI ED EVENTUALI PARTNER

Tutti i dipendenti e collaboratori del sistema

COSTI RILEVATI

€ 80.000 l'anno

SCHEDA RILEVAZIONE | PROGETTI

PROGETTO PRATO

FINALITÀ GENERALE DEL PROGETTO

La ricostruzione dell'Associazione nel territorio pratese porta con sé una serie di obiettivi pluriennali che possiamo così sintetizzare:

- Rafforzamento della fiducia e dell'identità di Confcommercio a livello territoriale
- Promozione della qualità dei servizi offerti alle aziende e ai cittadini
- Miglioramento del clima imprenditoriale nel territorio pratese
- Valorizzazione dei vantaggi dell'essere associati a Confcommercio rispetto ai competitor locali

OBIETTIVI SPECIFICI PREVISTI

- Lavorare sulla rappresentanza pluriterritoriale
- Proporsi agli associati della provincia di Prato come partner competente e concreto vantaggio competitivo
- Introdurre e utilizzare nuove tecnologie per ottimizzare i processi di lavoro
- Migliorare le relazioni con gli associati
- Incrementare le performance commerciali dei servizi
- Promuovere le attività e i servizi associativi attraverso l'animazione territoriale

PRINCIPALI FASI DI ATTIVITÀ E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

- Costituzione sindacati di categoria specifici per il territorio pratese
- organizzazione di eventi di marketing territoriale
- pianificazione visite alle imprese per far conoscere le opportunità di Confcommercio e i suoi servizi
- sviluppo di convenzioni territoriali per incrementare i vantaggi per gli associati
- organizzazione eventi per sostenere il networking fra imprese e l'innovazione aziendale
- monitoraggio di andamenti e risultati
- attività di promozione tramite nuovi canali di comunicazione

RISULTATI RAGGIUNTI

- SOCI 433

ATTIVITA' ASSOCIATIVE

- N. RIUNIONI CON ENTI /AMMINISTRAZIONI 74
- N. RIUNIONI SINDACALI 77
- N. SINDACATI COSITUITI /ATTIVATI 6
- N. CONFERENZE/ USCITE STAMPA 63

SERVIZI

- N. CORSI DI FORMAZIONE 18
- N. ALLIEVI 146
- N. AZIENDE CONTABILITA' ACQUISITE 30
- N. AZIENDE SERVIZIO PAGHE ACQUISITE 18
- N. PRATICHE ISAQ 209

SINDACATI DI CATEGORIA COSTITUITI

- FIMAA - Sindacato agenti affari in mediazione
- FIVA - Sindacato venditori ambulanti
- FEDERCARNI - Sindacato macellai
- FIDA - Sindacato dettaglianti prodotti alimentari
- COMPAG - Aggregazione a Compag Pistoia
- TERZIARIO DONNA - Aggregazione a Terziario Donna Pistoia
- Apertura sportello 50&PIU' ENASCO
- Adesione di ALI (aziende del Centro Storico) a Confcommercio
- Accordo associativo con Federfarma
- Accordo associativo con Anapa per applicazione accordo nazionale

INIZIATIVE SINDACALI

- Attività di check up su Tari per le aziende - Verifica applicazione tariffe e agevolazioni
- Attività di check up/verifica posizioni contributive e contrattuali agenti di commercio
- Seminario Bolkenstein - Sessione con dirigenti e tecnici comunali e sessione con gli operatori
- Convegno "Imprese e Città" - Modelli e dinamiche di sviluppo dei centri storici - In collaborazione con il Comune di Prato e Regione Toscana
- Seminario FIMAA sulla nuova legge di stabilità applicata agli agenti immobiliari
- Salotto del Bene..Essere di Terziario Donna - Ciclo di incontri con le imprenditrici
- Seminario di E-BAY - Vendere su E-Bay e presentazione del portale
- Presentazione volume "Le Bussole" - settore ristorazione
- Iniziativa "Legalità mi Piace" - Iniziativa sul territorio in collaborazione con le scuole superiori di Pistoia e Prato
- Seminario FIMAA su gestione piattaforme Online - Le opportunità del web nel settore immobiliare
- Valorizzazione Negozi Storici di Prato - Promozione dei negozi storici con la distribuzione delle foto d'epoca in collaborazione con il quotidiano La Nazione e il Comune di Prato
- Brindisi degli Auguri - incontro con gli imprenditori, le autorità locali e premiazione dei negozi storici

INIZIATIVE DI ANIMAZIONE TERRITORIALE

- Cena di Beneficenza con Caritas - per la valorizzazione delle eccellenze gastronomiche locali
- Progetto Movida Prato - nell'ambito del progetto "Notti di qualità" promosso da ANCI
- Progetto EAT PRATO - Valorizzazione delle eccellenze alimentari del territorio in collaborazione con il Comune di Prato
- Total White Dinner - Cena in Piazza del Duomo a Prato con la partecipazione di 500 persone
- Marchio Ospitalità Italiana ISNART - Premiazione di 20 aziende del territorio per la diffusione della Qualità in ambito ricettivo
- GUSTA PRATO - progetto per promuovere la ristorazione pratese
- Food Blog Tour - in collaborazione con Vetrina Toscana
- Progetto "I love shopping Prato"
- Settembre pratese / Prato è spettacolo - Manifestazione musicale nella città di Prato
- Natale a Prato 2016 - Promozione degli eventi natalizi sulla città di Prato e zone limitrofe
- Passeggiate Natalizie - Visite guidate della città di Prato in collaborazione con le Guide Turistiche Professionali

DURATA DEL PROGETTO

Dal 2015 ancora in corso

ATTORI COINVOLTI ED EVENTUALI PARTNER

Tutti i dipendenti di Confcommercio e delle Società collegate

COSTI RILEVATI

Spese € 103.425,85

Personale € 265.086,26

SCHEDA RILEVAZIONE | PROGETTI

SPORTELLO FRANCHISING

FINALITÀ GENERALE DEL PROGETTO

Lo Sportello Franchising è stato pensato per fornire una consulenza specifica alle aziende o aspiranti imprenditori che intendono svolgere tale tipo di commercio.

OBIETTIVI SPECIFICI PREVISTI

- Favorire l'incontro fra l'affiliante o franchisor, e l'affiliato o franchisee
- Agevolare la collaborazione fra i due attori
- Proporre una formula che riduca i temuti rischi d'impresa

PRINCIPALI FASI DI ATTIVITÀ E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

ANNO 2016

- Incontro con il potenziale imprenditore che indica il prodotto/ servizio di interesse
- Individuazione del o dei possibili franchisor
- Incontro tra il potenziale imprenditore ed il franchisor per accordi contrattuali
- Analisi delle richieste ricevute da parte del franchisor e possibilità di adeguarsi alle stesse (zona dove deve essere ubicato il fondo, mq, cifra di ingresso)
- Accompagnamento e sostegno per l'individuazione delle modalità di accesso alle modalità di finanziamento per la realizzazione del progetto.
- Assistenza tecnica e finanziaria.
- Assistenza all'inquadramento giuridico che l'imprenditore intende dare alla propria attività.
- Richiesta dei permessi necessari per avviare l'attività (compresa la verifica delle disposizioni di legge che prevedono l'eventuale possesso di requisiti, l'iscrizione in albi e registri, autorizzazioni o comunicazioni particolari).

RISULTATI RAGGIUNTI

Nel 2016 sono state 2 le attività aperte in franchising che si sono avvalse dei servizi dello Sportello

DURATA DEL PROGETTO

Dal 2014 e ancora in corso

ATTORI COINVOLTI ED EVENTUALI PARTNER

L'attività è svolta da 2 collaboratrici e dalla responsabile del servizio

COSTI RILEVATI

Il progetto fa parte dei costi totali rilevati nell'Area Creazione d'Impresa pari a € 30.000

SCHEDA RILEVAZIONE | PROGETTI

LA TOSCANA IN BOCCA

FINALITÀ GENERALE DEL PROGETTO

La manifestazione, nata nel 2014 cresciuta e consolidatasi nel corso del tempo, è promossa da Confcommercio Pistoia e Prato insieme ai ristoratori locali e in collaborazione con Vetrina Toscana. Il progetto promuove ristoranti e botteghe che utilizzano i prodotti del territorio, prosegue il percorso di valorizzazione della ristorazione regionale e della sua tradizione ed è a tutti i livelli uno dei più strategici per l'Associazione.

OBIETTIVI SPECIFICI PREVISTI

- Valorizzare l'offerta enogastronomica toscana attraverso la qualità dei suoi prodotti e della sua ristorazione
- Portare alla luce la tradizione del territorio regionale attraverso i piatti della sua cucina, rivisitati anche in chiave moderna dai ristoratori locali
- Elevare il livello della manifestazione attraverso la realizzazione di un ricco palinsesto di eventi che si rivolge sia agli esperti del settore, sia agli appassionati di cucina
- Diventare un appuntamento fisso per la città di Pistoia ed un evento di richiamo per visitatori e turisti
- Rappresentare il biglietto da visita per promuovere ovunque il "vivere toscano" e a presentarlo anche in contesti nazionali ed internazionali

PRINCIPALI FASI DI ATTIVITÀ E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

ANNO 2016

- Definizione della struttura dell'edizione 2016 dell'evento attraverso una serie di incontri con il gruppo di lavoro di imprenditori, durante i quali sono stati determinati il menù, il palinsesto e l'immagine coordinata della manifestazione
- Rete di contatti con sponsor e fornitori del territorio in modo da esaltare la "toscanità" dell'evento
- Ampliamento dell'offerta enogastronomica presente in grado di rispondere alle esigenze di celiaci e vegani
- Promozione dell'evento attraverso i principali canali di comunicazione - stampa, tv, sito, newsletter - affiancati dall'utilizzo dei social network dove è stata realizzata una campagna promozionale mirata ad attirare i visitatori anche esterni ai confini provinciali

RISULTATI RAGGIUNTI

- 40.000 visitatori che hanno frequentato la manifestazione nei 4 giorni di manifestazione
- 40 aziende coinvolte fra ristoratori e produttori presenti con un proprio stand
- 150 bambini che hanno partecipato ai laboratori a loro dedicati

- 27 eventi collaterali fra talk e cooking show, contest, premiazione, intrattenimento musicale, laboratori per bambini, trasmissioni televisive
- + 1.500 Like sulla pagina facebook ottenuti dalla pagina dall'inizio della campagna promozionale
- oltre 50.000 i contatti Facebook raggiunti dall'evento

DURATA DEL PROGETTO

22-25 Aprile 2016

ATTORI COINVOLTI ED EVENTUALI PARTNER

Direzione, Area comunicazione e marketing, Area categorie e sindacati, Consorzi turistici, imprese associate della ristorazione, Federcarni

COSTI RILEVATI

Il progetto fa parte dei costi totali rilevati nei Consorzi Turistici pari a € 350.000

1.4 – ATTIVITÀ ED EVENTI ISTITUZIONALI

Sviluppare nuove forme di rappresentanza e valorizzare i momenti di condivisione associativa sono priorità quotidiane per Confcommercio Pistoia e Prato che, attraverso il proprio lavoro, si impegna a rafforzare sia il ruolo dell'Associazione sul territorio, sia il proprio rapporto con gli Associati.

Con questo intento nel 2016, Confcommercio ha realizzato e promosso una serie di iniziative istituzionali che hanno coinvolto gli imprenditori di entrambi i territori provinciali, facendoli sentire parte in modo concreto del sistema Associativo.

Le attività e gli eventi istituzionali realizzati nel 2016 :

- Assemblea Annuale dei Soci. L'Evento per eccellenza per l'Associazione nel quale condivide con i propri associati i risultati raggiunti nell'ultimo anno e i progetti per il futuro, facendo il punto sulle esigenze di aree e categorie rappresentate.
- Legalità Mi Piace. La giornata nazionale di Confcommercio a favore della legalità e della sicurezza che, nel 2016, si è concentrata sulla lotta dei fenomeni dell'abusivismo e della contraffazione. Per l'occasione sono state coinvolte le classi delle Scuole Superiori delle province di Pistoia e Prato e le Autorità dei due territori per sensibilizzare i giovani consumatori su temi di grande importanza per le imprese.
- Premiazione Maestri del Commercio provincia di Pistoia. In collaborazione con 50&Più Pistoia, Confcommercio ha premiato 40 attività appartenenti ai settori del commercio, del turismo e dei servizi della provincia di Pistoia, dando loro un riconoscimento per aver svolto oltre 25, 40 e 50 anni di attività (rispettivamente Aquile d'Argento, d'Oro e di Diamante).
- Premiazione Negozi e Botteghe storiche Quarrata. Proseguendo il percorso di valorizzazione del ruolo delle imprese nel tessuto economico e sociale nel quale operano, Confcommercio ha premiato 50 attività nel Comune di Quarrata per aver portato avanti la propria attività per oltre 30, 40 e 50 anni. L'iniziativa è stata realizzata in collaborazione con il Comune di Quarrata e con il contributo della BCC Vignole e Montagna Pistoiese.
- Imprese e Città : modelli e dinamiche di sviluppo dei centri storici. Il Convegno organizzato da Confcommercio Pistoia e Prato e rivolto alle aziende e alle istituzioni delle due province toscane, si è basato su uno studio realizzato da Confcommercio Imprese per l'Italia a livello nazionale con l'obiettivo di tracciare nuove traiettorie di crescita per i centri storici.

Tutti gli eventi istituzionali sono stati promossi attraverso i canali di comunicazione tradizionali - stampa, tv, sito internet, newsletter - e, in modo particolare, attraverso i social media (soprattutto Facebook) con i Promoted Post, immagini e grafiche realizzate per raggiungere un maggior numero possibile di utenti. L'obiettivo è infatti quello di diffondere la conoscenza delle attività e dei servizi dell'Associazione individuando specifici target di riferimento.

	partecipanti
Assemblea Annuale dei Soci	280
Legalità Mi Piace	100
Premiazione Maestri del Commercio provincia di Pistoia	200
Premiazione Negozi e Botteghe Storiche Quarrata	110
Imprese e Città: modelli e dinamiche di sviluppo dei centri storici	70

1.5 – INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE

Il 2016 è stato un anno determinante per le attività di comunicazione di Confcommercio Pistoia e Prato, sia per la comunicazione esterna che per la comunicazione interna al sistema che ha coinvolto in particolar modo l'Area Comunicazione e Marketing.

1.5.1 Attività di comunicazione esterna

Obiettivi strategici della COMUNICAZIONE ESTERNA di Confcommercio Pistoia e Prato si confermano essere quelli di migliorare la percezione del ruolo dell'Associazione sul territorio e di rafforzare il proprio rapporto con la base associativa. Le azioni e le iniziative messe in atto si propongono, infatti, di diffondere la conoscenza dei servizi offerti dall'Associazione utilizzando una comunicazione sempre più profilata in base ai destinatari e agli strumenti utilizzati.

Al fianco della cura e dello sviluppo dei tradizionali canali di comunicazione – sito internet, newsletter, tv, stampa – i **social network** hanno iniziato ad affermarsi fra i principali strumenti di informazione, comunicazione e condivisione anche all'interno della realtà associativa. Essere presenti ed attivi in tempo reale sui social rende più semplice e diretta la diffusione delle notizie e, allo stesso tempo, permette agli utenti di sentirsi più vicini all'Ente.

In particolare il lavoro dell'Associazione si è concentrato sulla pagina **Facebook** dove sempre più utenti possono trovare ogni giorno la rassegna stampa con le principali notizie pubblicate dagli organi di stampa locali, ma anche informazioni su servizi e, soprattutto, seminari, iniziative ed eventi. Post, post promoted, album fotografici, condivisione di articoli provenienti dal sito di Confcommercio Pistoia e Prato, dal sito confederale e dai siti di giornali online locali sono le attività più praticate.

Per quanto riguarda quest'ultimi Confcommercio si è impegnata per veicolare le iscrizioni online, in modo da rendere le comunicazioni dirette e immediate, attraverso le piattaforme offerte da Google e iniziando a sperimentare **Eventbrite**.

Sempre di più, inoltre, si sono applicate targhetizzazioni mirate di pubblico in base al tipo di comunicazione, al territorio o alla categoria coinvolta.

A fianco della pagina ufficiale dell'Associazione sono state curate altre 10 pagine facebook appartenenti alle società di servizi o gruppi facenti parte del sistema Confcommercio (es. Ascom Servizi Pistoia e Prato, Terziario Donna Pistoia e Prato,

Consorzio Turistico Città di Pistoia, Consorzio Ambulanti Toscana...) o a eventi diventati ormai appuntamenti fissi e di grande rilievo (es. La Toscana in Bocca).

Le strategie utilizzate sono state le stesse della pagina ufficiale Confcommercio e sono rivolte a pubblici di utenti ben definiti.

Nell'ultimo anno Confcommercio ha inoltre incrementato l'utilizzo del canale **Twitter**, utilizzato soprattutto per le comunicazioni istituzionali e le notizie legate al sistema confederale.

Non sono comunque mancate le novità per quanto riguarda i canali tradizionali come il sito internet e la newsletter, entrambi rinnovati a seguito della nascita dell'Associazione pluriterritoriale.

Sul **sito internet** sono presenti tutte le notizie inviate alla stampa locale, gli aggiornamenti normativi per le diverse categorie, bandi e informazioni d'interesse per le imprese del terziario delle province di Pistoia e Prato e una panoramica di tutti i servizi dell'Associazione.

La **newsletter**, rinnovata a giugno 2016, si distingue invece in due tipi : la prima, quella settimanale inviata a tutti i soci, le autorità e i contatti di Confcommercio, che racchiude le novità e le comunicazioni di rilievo della settimana fra eventi sul territorio, notizie confederali, servizi, aggiornamenti normativi ecc ; la seconda, quella riguardante le singole comunicazioni che vengono inviate a territori o categorie specifiche e che possono riguardare eventi, notizie, aggiornamenti normativi.

Confcommercio resta comunque attenta a mantenere rapporti costanti con gli organi di stampa locali e regionali, attraverso l'invio di **comunicati stampa** e l'organizzazione di **conferenze** presso le proprie sedi territoriali o presso le attività associate. Anche questo è un modo per dare visibilità alle imprese dando valore al loro operato e facendole sentire veramente parte di un unico grande sistema.

Dati principali sulle iniziative di comunicazione

Visibilità sui social network	3462 like sulla pagina Facebook 416 Follower su Twitter
N. comunicati stampa pubblicati nell'anno 2016	352
N. pubblicazioni realizzate nell'anno 2016	3
N. iscritti alla newsletter	4510

1.5.2 Attività di comunicazione interna

Nell'ambito della comunicazione interna Confindustria nel 2016 ha proseguito il proprio percorso di condivisione dei valori associativi e di intensificazione della rete fra le diverse aree interne all'Associazione anche attraverso l'utilizzo sempre più costante dello strumento CRM.

Per farlo è stato messo a punto il sistema di invio di MAIL SPOT di aggiornamento relative a nuovi servizi attivati, scadenze fiscali, bandi finanziari, appuntamenti per le categorie, newsletter di settore inviate ai soci.

L'intento è di consentire una miglior circolazione delle informazioni e, quindi, lo sviluppo di un contesto più collaborativo e capace di assistere le imprese associate in modo completo.

1.5.3 Bilancio

Costi rilevati Anno 2016: € 35.000

1.6 – GESTIONE E SVILUPPO DEL PERSONALE

Ai dipendenti del sistema Confcommercio Pistoia e Prato viene applicato il CCNL del Terziario con un accordo integrativo aziendale di secondo livello.

Il personale impiegato è per la quasi totalità inquadrato come dipendente. Fanno eccezione solo le collaborazioni attivate con i professionisti che operano per conto della società ISAQ che fornisce servizi su sicurezza, igiene, ambiente e qualità e i mandati di agenzia per chi opera come agente di commercio per la stessa. Annualmente vengono attivati alcuni tirocini formativi o accolti in stage studenti delle scuole superiori per dare l'opportunità di conoscere il nostro sistema e più in generale il funzionamento e le funzioni di una associazione di categoria.

Dal 2016 abbiamo iniziato a predisporre per il personale piani formativi annuali iniziando a progettare una « mappatura » delle competenze di ogni collaboratore e i margini di miglioramento di ciascuno sui diversi indicatori. Abbiamo inoltre introdotto una giornata di formazione collettiva che coinvolge tutto il personale del sistema.

Alcuni piani formativi hanno preso il via già nel 2016 ma molti sono stati programmati per il 2017 sia per incrementare alcune competenze tecniche che per rafforzare le competenze comunicative e relazionali.

PERSONALE AL 31 DICEMBRE						
	AT			Società di servizi		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti a tempo indeterminato	10	17	27	7	38	—
Dipendenti a tempo determinato	0	0	0	0	3	—
Somministrazione lavoro	0	0	0	—	—	—
Collaboratori e altre forme flessibili	0	0	0	2	—	—
TOTALE	10	17	27	9	41	50

SCOLARITÀ DEL PERSONALE A TEMPO INDETERMINATO AL 31 DICEMBRE						
	AT			Società di servizi		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Scuola dell'obbligo	0	0	0	0	0	0
Licenza superiore	5	11	16	5	24	29
Laurea	5	6	11	2	14	16

TOTALE	10	17	27	7	38	45
---------------	----	----	----	---	----	----

INQUADRAMENTO DEL PERSONALE A TEMPO INDETERMINATO AL 31 DICEMBRE

	AT			Società di servizi		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	1	0	1	0	0	0
Quadri	2	1	3	2	1	3
Impiegati	7	16	23	5	37	42
TOTALE	10	17	27	7	38	45

DISTRIBUZIONE DEL PERSONALE A TEMPO INDETERMINATO PER CLASSI DI ETÀ AL 31 DICEMBRE

	AT			Società di servizi		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
< 30 anni	0	3	3	0	1	1
30-39 anni	1	3	4	3	17	20
40-49 anni	3	7	10	2	12	14
50-59 anni	6	4	10	2	8	10
>= 60	0	1	1	0	0	—
TOTALE	10	18	28	7	38	45
Età media	49	40	44.5	43	35.50	39

DISTRIBUZIONE DEL PERSONALE A TEMPO INDETERMINATO PER ANZIANITÀ DI SERVIZIO AL 31 DICEMBRE

	AT			Società di servizi		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
< 2 anni	1	0	1	0	1	1
2-10 anni	3	6	9	1	13	14
> 10 anni	6	11	17	6	24	20
TOTALE	10	17	27	7	38	45

DINAMICA DEL PERSONALE (AT)

N. stage/tirocini attivati	4
N. posti di lavoro creati negli ultimi 2 anni	1
Tasso di turnover dei dipendenti (*)	7%
Tasso di assenteismo (**)	2%

(*) $N. \text{ entrate} + N. \text{ uscite} / \text{organico medio nel periodo}$

(**) $N. \text{ totale di giorni di assenza} / N. \text{ totale di giorni lavorativi}$

FORMAZIONE E SVILUPPO DEL PERSONALE

N. dipendenti che hanno beneficiato di attività formative	71
N. totale dipendenti partecipanti ai corsi / N. totale dipendenti	71
N. percorsi formativi attivati	4
Ore di formazione erogate	240
Ore medie annue di formazione per dipendente	24
Età media dei dipendenti con incarichi dirigenziali	52
N. Dirigenti provenienti da percorso di carriera interno	1
N. Quadri provenienti da percorso di carriera interno	6
N. persone con retribuzione variabile	0
% retribuzione variabile sul totale retribuzione	0

(*) N. dipendenti che esprimono un giudizio positivo sulle competenze acquisite/ N. totale di giudizi raccolti dai dipendenti

(**) Costi sostenuti per la formazione / N. dipendenti che hanno beneficiato di attività formative

1.7 – AZIONI PER LA COLLETTIVITA E L'AMBIENTE

Confcommercio Pistoia e Prato, ogni anno, in collaborazione con i propri associati si impegna nell'organizzazione di eventi a scopo benefico a favore di Associazioni impegnate sul territorio o a favore di colleghi che attraversano particolari momenti di difficoltà.

Nel corso del 2016 siamo stati promotori e organizzatori, in alcuni casi avvalendoci della collaborazione con le relative amministrazioni comunali, di 4 eventi a carattere sociale, il cui ricavato è stato devoluto in beneficenza e 1 evento – La Toscana in Bocca – nel quale abbiamo ogni anno un partner etico (ANT per il 2016) che raccoglie fondi e fa informazione e prevenzione durante la manifestazione.

Gli eventi organizzati:

- CENA DI BENEFICIENZA. Organizzata a Prato in collaborazione con i ristoratori pratesi a favore della Caritas Diocesana di Prato per raccogliere fondi a favore di una casa accoglienza
- La BRACE PER AMATRICE. Giornata di beneficenza (pranzo merenda e cena) organizzata dai macellai di Federcarni – Confcommercio in collaborazione con il Comune di Agliana a favore dei paesi terremotati.
- Evento a favore della Fondazione Radioterapica con aperitivo offerto dai macellai di Federcarni.
- Brindisi degli AUGURI di NATALE per NORCIA. Aperitivo realizzato dai macellai Federcarni con prodotti acquistati presso le aziende di Norcia colpite dal terremoto 2016.

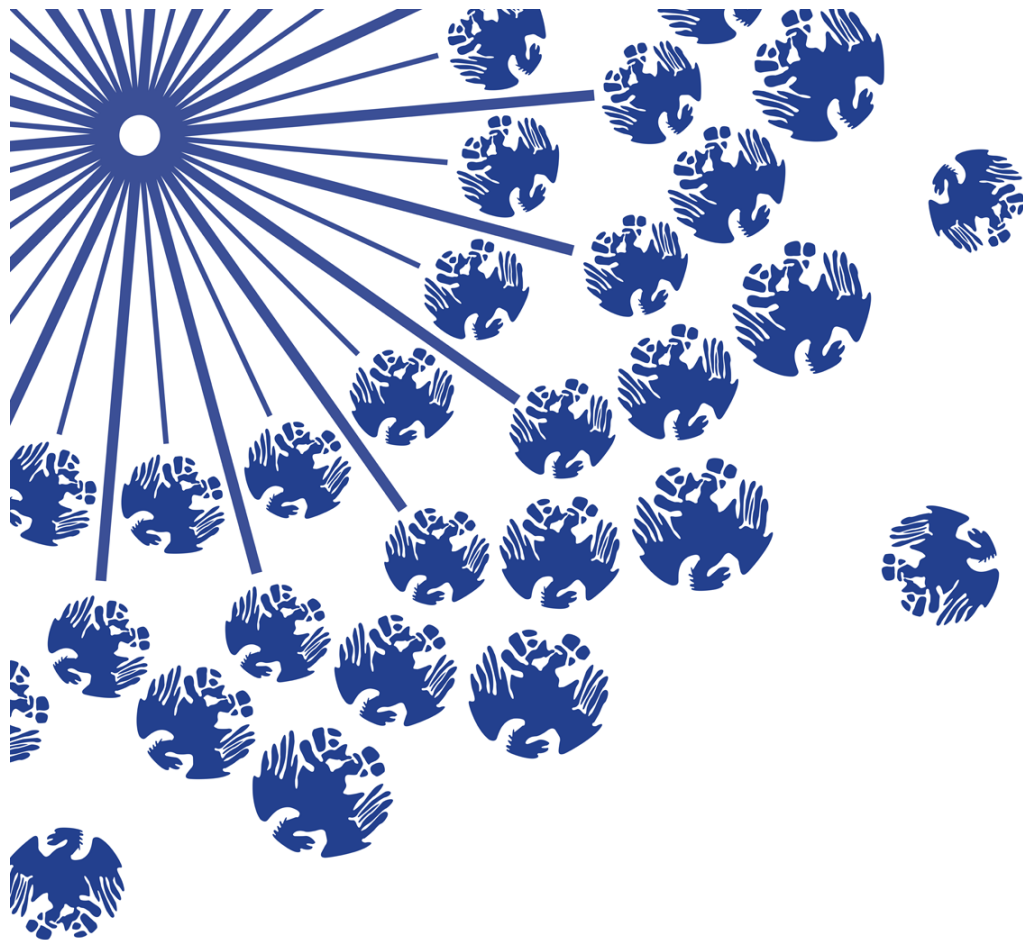
Il terziario donna inoltre ha promosso una raccolta di prodotti nell'agosto 2016 che è stata inviata ai terremotati dell'Abruzzo.

Abbiamo inoltre sostenuto con un contributo due iniziative sul territorio: “Dai un senso alla vita”, evento di approfondimento sociologico e “Metti una sera insieme contro la SLA” manifestazione/spettacolo il cui ricavato è andato a favore dell'Associazione SPALTI per la ricerca sulla SLA.

Azioni per collettività e ambiente

Numero iniziative di carattere sociale, culturale, benefico e ricreativo organizzate/sostenute	6
Consumo (diretto e indiretto) di energia suddiviso per fonte energetica	
Energia Elettrica (Luce e impianti condizionamento/riscaldamento)	171164 kw
Gas	24375 kw

Acqua	926 m3
Percentuale di riduzione dei consumi derivanti da azioni di efficienza energetica (stima): <i>Energia Elettrica – Sede di Pistoia per installazione apparecchi efficientamento energetico</i>	20%
Ripartizione percentuale dei rifiuti per tipologia e per metodo di smaltimento	
Raccolta differenziata Carta	70%
Raccolta e smaltimento specifico Toner	15%
Smaltimento rifiuti Elettronici con registro Carico e Scarico	10%
Rifiuti indifferenziati	5%
TOTALE	100%



BUDGET SOCIALE 2017

CONFCOMMERCIO PISTOIA E PRATO



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

PROVINCE DI PISTOIA E PRATO

1 – PIANIFICAZIONE SOCIALE

La rapida evoluzione dei mercati e dei contesti politici ed economici ha imposto anche alle associazioni di categoria e alle rappresentanze sindacali l'esigenza di analizzare e riformulare il proprio ruolo alla luce dei cambiamenti in atto.

Siamo convinti che le realtà associative debbano oggi rivedere e adeguare le proprie strategie per potersi affermare come soggetti utili allo sviluppo delle imprese, dei settori rappresentati e del territorio.

Confcommercio Pistoia e Prato negli ultimi anni ha cercato di interpretare il cambiamento senza subirlo con la volontà di trovare le formule giuste per il sostegno del tessuto imprenditoriale. Formule e strategie che necessitano di continua analisi critica, revisione e innovazione per poter rimanere al passo con le mutazioni del contesto.

Per questo, la pianificazione sociale 2017 in parte prosegue sulle orme tracciate da quella 2016 con alcuni elementi di novità.

Si conferma la volontà di fare dell'associazione un vantaggio competitivo per le aziende.

Gli imprenditori che fanno parte del sistema, infatti, trovano in esso servizi qualificati e specifici, consulenze, relazioni, rappresentanza e tutela che possono rendere la loro impresa più strutturata e competitiva, appunto, rispetto alle altre.

Ma ci spingiamo oltre affermando di voler sempre di più essere soggetto attivo che concorre e si assume la responsabilità del successo aziendale, oggi dato da una numerosa serie di indicatori, talvolta, difficili da tenere sotto controllo dal solo imprenditore.

Per raggiungere questo obiettivo l'attività di pianificazione diventa fondamentale e determinante per poter attuare un processo evolutivo che deve coinvolgere tanto l'organizzazione interna, ad esempio, l'ottimizzazione dei servizi e crescita delle risorse umane quanto le relazioni e attività nei confronti degli stakeholder.

1.1 STRATEGIE E POLITICHE

Nelle strategie per il 2017 sono stati definiti obiettivi di medio-lungo periodo che ritroveremo nell'anno in corso ma anche negli anni a venire in quanto delineano una nuova idea di associazione.

Un nuovo modello che potrà prendere forma tramite azioni costanti e continuative che non potranno essere limitate a un anno solare ma saranno i punti di riferimento cardine dello sviluppo dei prossimi anni integrate da strategie di breve periodo.

Strategie e politiche Confcommercio Pistoia e Prato

- Valorizzazione della dimensione sovraterritoriale della associazione tramite confronto, integrazione e condivisione
- Diffusione di un nuovo modello di rappresentanza che prende in carico la "responsabilità" politica del successo degli imprenditori associati
- Investimento continuo sulla comunicazione esterna e sulle relazioni istituzionali come strumento di diffusione dei valori del sistema Confcommercio. Azione utile ad accrescere la reputazione del sistema
- Associazione come luogo di relazione e confronto
- Associazione motore della innovazione per le imprese associate, praticando lei per prima processi di innovazione
- Orientamento all'eccellenza delle risorse umane impegnate nel sistema tramite azioni formative, modelli di incentivazione e coinvolgimento negli obiettivi

1.2 – OBIETTIVI CHIAVE PER GLI STAKEHOLDER

Nel 2017 individuiamo e confermiamo fra i nostri stakeholder chiave verso i quali rivolgiamo larga parte della pianificazione sociale:

- le imprese associate;
- le imprese del terziario non associate;
- gli enti locali, le istituzioni sul territorio e più in generale gli attori del mondo economico pistoiese e pratese ;
- i dipendenti del sistema.

Obiettivi verso le imprese associate :

- offrire servizi specifici, qualificati e innovativi che ci consentano di condividere con l'azienda la responsabilità del loro successo ;
- offrire un vantaggio competitivo grazie alla rete di relazioni che siamo in grado di mettere loro a disposizione e che può rivelarsi un'opportunità di business;
- dare visibilità alle aziende associate nel panorama territoriale e creare le condizioni per mantenere vivo il contesto in cui operano ;
- offrire vantaggi grazie alla possibilità di usufruire di convenzioni esclusive per i nostri associati ;
- offrire un'informazione puntuale e rapida individuando i canali più vicini alle loro realtà, implementare i canali di comunicazione interattiva.

Obiettivi verso le imprese esterne al sistema :

- far conoscere alle aziende non associate le opportunità messe a disposizione da Confcommercio;
- coinvolgere le imprese non socie in eventi e iniziative con cui possano sperimentare il nostro modo di operare;
- informare le imprese non associate delle azioni di rappresentanza effettuate dalla Confederazione Nazionale e locale a tutela di tutte le imprese dei settori rappresentati.

Obiettivi verso enti pubblici, istituzioni sul territorio, attori del mondo economico :

- rappresentare gli interessi delle imprese associate e del mondo del terziario;
- proporre iniziative e instaurare collaborazioni a favore dello sviluppo economico dei territori rappresentati.

Obiettivi verso i dipendenti del sistema :

- incrementare il senso di appartenenza al sistema e il benessere aziendale dei collaboratori;
- aggiornare le competenze tecniche e rafforzare quelle relazionali;
- incentivare la partecipazione e il confronto.

1.3 – SERVIZI

Confcommercio nel corso del 2017 proseguirà il lavoro di sviluppo dei servizi in ottica pluriterritoriale. Questo significa, da un lato, tendere verso la possibilità che ogni servizio sia presidiato direttamente e a tempo pieno presso la sede di Prato eventualmente adottando i necessari adeguamenti in base alle peculiarità del territorio e delle sue imprese, dall'altro mettere in atto economie di scala tali che possano rendere i nostri servizi più competitivi ed efficienti.

Continueremo ad orientarci verso un efficientamento dei servizi in termini di introduzione di software innovativi e procedure che consentano il risparmio di tempo a favore di un più elevato livello qualitativo.

I cambiamenti introdotti, comunque, saranno guidati dal raggiungimento di una maggiore soddisfazione dei nostri clienti e una migliore rispondenza alle loro aspettative.

Il punto di vista degli associati è per noi indispensabile per poter assumere ogni decisione e lo è ancora di più grazie all'introduzione del nuovo progetto di "marketing dei servizi" la Nuova Rotta che concepisce la proposta di un servizio solo a seguito di una precisa analisi dei fabbisogni aziendali.

Nell'evoluzione dell'associazione come fornitrice di servizi, inoltre, assume un ruolo fondamentale la conoscenza approfondita da parte di ogni collaboratore delle opportunità messe a disposizione da un'organizzazione in grado di essere un partner aziendale a 360 gradi che assiste l'impresa dalla rappresentanza sindacale a tutti gli ambiti dell'assistenza tecnica.

(Per approfondimento si rimanda alla scheda Progetto dedicata).

SCHEDA SERVIZIO – Budget Sociale 2017

AREA/SETTORE **Area Fiscale**

LINEA STRATEGICA

- Valorizzazione della dimensione sovraterritoriale
- Diffusione di un nuovo modello di rappresentanza
- Associazione motore dell'innovazione
- Eccellenza risorse umane

SCHEDA SERVIZIO **Sviluppo Servizio Contabilità**

BUDGET € 45.000

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO IN RELAZIONE ALLA LINEA STRATEGICA (INDIRIZZO/PROGRAMMA) NELLA QUALE È INSERITO

L'Area Fiscale di Confcommercio Pistoia e Prato mette a disposizione delle aziende del commercio, del turismo e dei servizi delle due province:

- Tenuta della contabilità semplificata e ordinaria
- Adempimenti presso vari organi della P.A.
- Elaborazione ed invio telematico dichiarativi fiscali
- Assistenza per verifiche fiscali e contenzioso tributario
- Verifiche periodiche sulla gestione aziendale
- Servizi di controllo e gestione della pianificazione aziendale

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Aziende associate a Confcommercio Pistoia e Prato

PRINCIPALI OBIETTIVI SPECIFICI

- Incremento e qualificazione dei servizi offerti per renderli più competitivi sul mercato
- Crescita del numero di aziende che usufruiscono del servizio
- Ottimizzazione dei tempi di lavoro dei consulenti anche attraverso l'utilizzo di nuove tecnologie
- Rafforzamento di azioni mirate allo sviluppo dei Marketing dei Servizi

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

L'attività è tra quelle riconosciute come "tradizionali" e si svolge, tramite la società Ascom Servizi srl unip. CAF IMPRESE, presso le sedi di Confcommercio e, in alcuni casi, in base alle esigenze del cliente, anche presso la propria sede.

Ogni aziende viene affiancata da un consulente fiscale dedicato che la seguirà e la affiancherà nello svolgimento degli obblighi fiscali e nella gestione del corretto andamento aziendale da un punto di vista economico finanziario.

ATTORI COINVOLTI (RISORSE INTERNE / SOCIETÀ COLLEGATE / SOCIETÀ ESTERNE / PARTNER)

Le risorse umane coinvolte sono 13 coordinate e supervisionate da un responsabile di area.

INNOVAZIONI DA INTRODURRE AL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ESERCIZIO

- Integrazione del nuovo servizio Portale Azienda che consente la consultazione dei dati contabili online
- Sviluppo di azioni di monitoraggio del costo delle risorse umane e di definizione dei centri di costo
- Incremento del numero di aziende in assistenza

BUDGET

Personale € 30.000
Acquisto Servizi € 10.000
Progetti Speciali -
Promozione € 5.000

SCHEDA SERVIZIO – Budget Sociale 2017

AREA/SETTORE **Area Lavoro**

LINEA STRATEGICA

- Valorizzazione della dimensione sovraterritoriale
- Diffusione di un nuovo modello di rappresentanza
- Associazione motore dell'innovazione
- Eccellenza risorse umane

SCHEDA SERVIZIO **Sviluppo Servizio Paghe**

BUDGET € 30.000

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO IN RELAZIONE ALLA LINEA STRATEGICA (INDIRIZZO/PROGRAMMA) NELLA QUALE È INSERITO

Il servizio dell'Area Lavoro si concretizza prettamente nell'attività di assistenza alle Imprese in materia di contrattazione collettiva e mercato del lavoro. Nel dettaglio:

- Gestione delle trattative per i rinnovi dei CCNL relativi a dipendenti e dirigenti operanti nei settori del commercio e del turismo
- Assistenza in materia di contrattazione aziendale sia di livello nazionale che territoriale
- Trattazione di contratti integrativi aziendali e della gestione dei licenziamenti collettivi, delle procedure di mobilità e della cassa integrazione guadagni
- Gestione dei rapporti di lavoro, redazione e stipula di contratti e gestione dell'eventuale estinzione
- Gestione delle vertenze sia presso la Commissione di conciliazione istituita c/o l'Ente Bilaterale Regionale del Terziario, sia presso l'Ispettorato del Lavoro di Pistoia e Prato
- Consulenza sugli Enti Bilaterali e sull'assistenza sanitaria integrativa, sulle modalità di adesione e contribuzione, sulle prestazioni sanitarie offerte e sulle modalità per richiederle oltre che sulle strutture convenzionate presenti sul territorio
- Consulenza sulle modalità di adesione ai Fondi Interprofessionali

E' stato di recente costituito l'Ente Bilaterale del Terziario Regionale suddiviso in articolazioni sui territori di Pistoia e Prato. L'obiettivo è quello di ricostituire e sviluppare l'Ente su territorio di Prato con la costituzione delle commissioni di apprendistato, conciliazione vertenze, OPP.

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Aziende associate a Confcommercio Pistoia e Prato

PRINCIPALI OBIETTIVI SPECIFICI

- Incrementare il numero di aziende che usufruiscono del servizio
- Razionalizzare e aggiornare i processi interni
- Sviluppare servizi d'area vasta all'avanguardia e competitivi sul mercato
- Fornire alle imprese assistenza per sviluppare la loro competitività in termini di monitoraggio del costo delle risorse umane e di definizione dei centri di costo

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

L'attività sindacale e di assistenza alle imprese viene svolta con incontri con le aziende previo appuntamento.

Lo sviluppo dell'Articolazione dell'Ente Bilaterale del Terziario in Prato avverrà con varie iniziative di promozione e diffusione dei servizi attivi oltre incontri tra le parti sociali coinvolte nella struttura dell'Ente stesso.

ATTORI COINVOLTI (RISORSE INTERNE / SOCIETÀ COLLEGATE / SOCIETÀ ESTERNE / PARTNER)

- Personale Ascom Servizi
- SEAC

INNOVAZIONI DA INTRODURRE AL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ESERCIZIO

- Ottimizzazione dell'utilizzo dei nuovi software
- Incremento del numero di consulenze in azienda
- Riorganizzazione delle attività svolte dalle risorse umane impiegate
- Individuazione nuovo "plus" del servizio in termini di commercializzazione

BUDGET

Personale € 30.000

Acquisto Servizi -

Progetti Speciali -

Promozione -

SCHEDA SERVIZIO – Budget Sociale 2017

AREA/SETTORE	Area Credito
LINEA STRATEGICA	<ul style="list-style-type: none"> - Valorizzazione della dimensione sovraterritoriale - Diffusione di un nuovo modello di rappresentanza - Associazione motore dell'innovazione - Eccellenza risorse umane
SCHEDA SERVIZIO	Sviluppo del servizio Fidi
BUDGET	€ 30.000

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO IN RELAZIONE ALLA LINEA STRATEGICA (INDIRIZZO/PROGRAMMA) NELLA QUALE È INSERITO

CentroFidi Terziario agevola le imprese associate nell'accesso al credito grazie a convenzioni con i più importanti istituti di credito. Centrofidi ha stipulato convenzioni con la quasi totalità degli istituti creditizi presenti sul mercato locale e può quindi vantarsi di essere in linea con le prescrizioni di Basilea 2 e di erogare credito con garanzia "a prima richiesta" alle imprese del terziario utilizzando anche la controgaranzia del Medio Credito Centrale.

L'area fornisce inoltre consulenza ed assistenza per l'accesso a finanziamenti agevolati nazionali, regionali e locali e si rivolge alle imprese di tutti i settori produttivi.

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Aziende associate a Confcommercio Pistoia e Prato

PRINCIPALI OBIETTIVI SPECIFICI

- Sviluppo del progetto dei Finanziamenti diretti alle imprese
- Semplificazione delle procedure per l'accesso al credito in modo da garantire tempi di risposta più rapidi alle imprese
- Formazione e qualificazione del personale addetto

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

L'attività si svolge direttamente in Associazione o in azienda tramite consulenze individuali previo appuntamento.

ATTORI COINVOLTI (RISORSE INTERNE / SOCIETÀ COLLEGATE / SOCIETÀ ESTERNE / PARTNER)

Le risorse umane coinvolte sono 4 coordinate e supervisionate da un responsabile d'area

INNOVAZIONI DA INTRODURRE AL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ESERCIZIO

- Realizzazione dei Finanziamenti diretti alle imprese che rappresenta una vera rivoluzione nella operatività della struttura e comporta anche un diverso modo di gestire la relazione con gli associati
- Formazione del personale mirata a una qualificazione dell'erogazione dei servizi

BUDGET**Personale € 15.000****Acquisto Servizi € 5.000****Progetti Speciali -****Promozione € 10.000**

SCHEDA SERVIZIO – Budget Sociale 2016

AREA/SETTORE **Area Igiene Sicurezza Ambiente Qualità**

LINEA STRATEGICA

- Valorizzazione dimensione sovra-territoriale
- Associazione motore dell'innovazione
- Orientamento all'eccellenza delle risorse umane

SCHEDA SERVIZIO **Sviluppo Servizio ISAQ Consulting**

BUDGET € 50.000

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO IN RELAZIONE ALLA LINEA STRATEGICA (INDIRIZZO/PROGRAMMA) NELLA QUALE È INSERITO

ISAQ Consulting, acronimo di Igiene Sicurezza Ambiente Qualità è la società di consulenza tecnica del sistema Confcommercio Pistoia e Prato. Offre consulenze e assistenza tecnica, gestionale e operativa rispetto agli adempimenti dettati da normative specifiche in materia di igiene alimentare, sicurezza sui luoghi di lavoro, acustica, certificazioni ambientali e qualità.

ISAQ Consulting è inoltre agenzia formativa accreditata dalla Regione Toscana e organizza percorsi formativi obbligatori per legge per titolari e addetti di aziende, enti, organizzazioni, scuole, liberi professionisti. La società è certificata con sistema di gestione della qualità secondo gli standard ISO 9001:2008 sui settori di erogazione e consulenza (EA:35) e della formazione (EA:37).

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Aziende associate a Confcommercio di Pistoia Prato e Lucca

PRINCIPALI OBIETTIVI SPECIFICI

Gli obiettivi sono quelli di sensibilizzare le aziende rappresentate sui temi della sicurezza sul lavoro, igiene alimentare, acustica, certificazioni ambientali e qualità, di aggiornarle sulle novità normative introdotte in materia e renderle conformi a quanto stabilito per legge.

L'organico ISAQ, inoltre, in base alle evoluzioni dei quadri normativi e delle esigenze aziendali studia sempre nuove soluzioni per dare risposte innovative e aggiornate.

La società è infine orientata a migliorare la propria visibilità anche attraverso l'uso dei nuovi canali di promozione e comunicazione unitamente a rafforzare la propria forza commerciale in ottica di sviluppo sovra-territoriale.

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

Per sensibilizzare le imprese e renderle consapevoli degli adempimenti da svolgere i collaboratori di

ISAQ svolgono presso le imprese un "Check Up" con il quale forniscono un'analisi completa dello status quo che consente di valutare il grado di conformità alle normative.

In un'ottica di assistenza continuativa Isaq fornisce, inoltre, ai clienti la possibilità di essere seguiti in convenzione e quindi in modo continuativo su tutti gli aspetti per un corretto monitoraggio e aggiornamento.

Isaq per l'erogazione dei servizi si avvale di collaborazioni con professionisti e aziende specializzate dei diversi territori su cui opera.

Per incrementare la propria visibilità verrà rivisto il piano di comunicazione annuale attraverso la revisione e/o l'introduzione di nuovi canali di promozione.

ATTORI COINVOLTI (RISORSE INTERNE / SOCIETÀ COLLEGATE / SOCIETÀ ESTERNE / PARTNER)

Personale dipendente

Collaborazioni con professionisti tecnici (es. ingegneri, biologi)

Rete Commerciale

Collaborazioni con aziende esterne

INNOVAZIONI DA INTRODURRE AL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ESERCIZIO

- Sviluppo servizio di Energy Management
- Sviluppo convenzione Ambiente - Gestione rifiuti speciali
- Rafforzamento e formazione rete commerciale
- Sviluppo di nuovi canali di promozione e comunicazione

BUDGET

PERSONALE 30.000

ACQUISTO SERVIZI -

PROGETTI SPECIALI 10.000

PROMOZIONE 10.000

SCHEDA SERVIZIO – Budget Sociale 2017

AREA/SETTORE **Area Formazione**

LINEA STRATEGICA

- Valorizzazione della dimensione sovraterritoriale
- Diffusione di un nuovo modello di rappresentanza
- Associazione motore dell'innovazione
- Eccellenza risorse umane

SCHEDA SERVIZIO **Sviluppo servizi formazione**

BUDGET € 45.000

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO IN RELAZIONE ALLA LINEA STRATEGICA (INDIRIZZO/PROGRAMMA) NELLA QUALE È INSERITO

Confcommercio, attraverso l'Agenzia Formativa ASCOM servizi srl, Accreditata in Regione Toscana per i Servizi di Formazione professionale, è attiva dal 1993 a fianco delle aziende del terziario per la promozione e lo sviluppo delle competenze professionali adeguate alla crescita competitiva sul territorio.

Promuove il costante aggiornamento professionale degli imprenditori dei settori rappresentati e dei loro dipendenti, la definizione di strategie e strumenti mirati alla valorizzazione delle risorse umane.

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Aziende associate a Confcommercio di Pistoia e Prato

PRINCIPALI OBIETTIVI SPECIFICI

L'offerta dell'Agenzia si sviluppa in 8 tipologie di attività, perseguendo per ciascuno obiettivi di performance quantitativa e qualitativa definiti annualmente:

- Servizi di formazione per l'accesso all'attività d'impresa, di formazione obbligatoria o di qualificazione professionale riconosciuta a catalogo
- Servizi di formazione linguistica tramite il marchio International Speaking School
- Servizi di formazione Enogastronomica tramite il marchio Accademia Enogastronomica Toscana
- Servizi di formazione I.T. come Test Center Aica
- Servizi di formazione continua a catalogo o con progettazione specifica di piani aziendali o territoriali sul Fondo interprofessionale FORTE
- Servizi di formazione continua o di qualificazione professionale realizzati tramite FSE per

figure professionali di specifico interesse del settore terziario, nonché per lavoratori a rischio di esclusione dal mercato del lavoro; azioni individuali di formazione continua dei lavoratori dipendenti; azioni propedeutiche ai piani formativi ed azioni positive di formazione per le pari opportunità.

- Servizi di formazione professionale per l'apprendistato (formazione pubblica e aziendale)
- Servizi di tutoraggio per tirocini formativi

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

L'attività si svolge su 5 sedi (Pistoia, Prato, Montecatini Terme, Pescia e San Marcello P.se) corredate da aule di formazione.

La promozione avviene tramite contatti telefonici e di persona a carattere informativo con imprese e persone fisiche, comunicazioni istituzionali e comunicazioni social e media.

ATTORI COINVOLTI (RISORSE INTERNE / SOCIETÀ COLLEGATE / SOCIETÀ ESTERNE / PARTNER)

L'attività è presidiata da 11 collaboratori stabili, fra cui tre coordinatori di settore e un responsabile, oltre ad un numero variabile di collaboratori professionali sulle singole attività corsuali.

INNOVAZIONI DA INTRODURRE AL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ESERCIZIO

Nel 2017 il lavoro segue le seguenti linee:

- Adeguamento dell'Agenzia ai nuovi standard di accreditamento
- Orientamento dell'attività privata dell'agenzia a nuove linee strategiche
- Efficientamento del piano di comunicazione esterna
- Qualificazione del catalogo dell'offerta formativa e brandizzazione dei prodotti in esso riportati
- Promozione delle attività attraverso i principali social network (facebook e twitter) oltre che utilizzando i tradizionali mezzi di comunicazione (stampa, sito, newsletter)

BUDGET

Personale € 30.000

Acquisto Servizi € -

Progetti Speciali € 10.000

Promozione € 50.00

SCHEDA SERVIZIO – Budget Sociale 2017

AREA/SETTORE **Area Consorzi Turistici**

LINEA STRATEGICA

- Investimento nella comunicazione esterna
- Associazione come luogo di relazione e confronto

SCHEDA SERVIZIO **Sviluppo Consorzi Turistici**
BUDGET € 350.000

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO IN RELAZIONE ALLA LINEA STRATEGICA (INDIRIZZO/PROGRAMMA) NELLA QUALE È INSERITO

Obiettivo dei Consorzi Turistici – Consorzio Turistico Città di Pistoia e Consorzio Turistico APM Abetone e Montagna Pistoiese – è di promuovere il turismo sul territorio di Pistoia e della sua provincia, attraverso l'organizzazione, la promozione e la partecipazione ad iniziative che valorizzano gli aspetti storici, culturali, imprenditoriali e naturalistici dell'area.

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Aziende associate al Consorzio Turistico Città di Pistoia e Consorzio Turistico APM – Abetone e Montagna Pistoiese

PRINCIPALI OBIETTIVI SPECIFICI

- promozione e commercializzazione delle proprie attività imprenditoriali turistiche in un'ottica di “filiera di prodotto”
- analisi dei mercati e definizione delle strategie di marketing
- partecipazione a fiere, saloni, workshop e a manifestazioni di commercializzazione del prodotto turistico
- educational tour per giornalisti e operatori

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

I Consorzi si occuperanno di promuovere ed organizzare manifestazioni di grande richiamo per il territorio, molte di queste già sperimentate con grande successo negli anni passati:

- Progetto Visiting Pistoia: apertura straordinaria con orario continuato di chiese e monumenti nel centro storico di Pistoia, durante tutto l'anno, per migliorare l'accoglienza ai turisti e visitatori che arriveranno in città per scoprire la Capitale Italiana della Cultura 2017.

- La Toscana in Bocca: Kermesse enogastronomica dedicata alle eccellenze culinarie di Pistoia, come fiore all'occhiello della cucina toscana e appuntamento fisso per cittadini e visitatori proveniente anche da fuori Regione. Questo evento punta a valorizzare un elemento centrale dell'identità turistica di Pistoia: la buona tavola e i ritmi lenti, per questo si pone anche come strumento di attrazione turistica per il territorio.
- Un Altro Parco in Città: evento dedicato al verde in città, come valore centrale della cultura pistoiese, che si fonda sui temi dell'eco sostenibilità, del rapporto con la natura e del ritorno alle origini. In questa occasione, il centro storico di Pistoia verrà ricoperto di un meraviglioso prato di erba vera e di alberature, creando uno scenario surreale e magico, capace di attrarre, anche attraverso i numerosi eventi collaterali, visitatori da tutta Italia.
- Festival Blues: il Consorzio rientra nel circuito organizzativo dell'evento occupandosi della promozione e della vendita, anche on line, di pacchetti turistici (biglietti+albergo).
- Partecipazione a fiere nazionali ed internazionali: i consorzi prendono parte a numerosi fiere nazionali ed internazionali durante l'anno al fine di consolidare e/o sviluppare la propria immagine su determinati territori o verso determinati target.
- Organizzazione di blog tour per la promozione del territorio e della sua enogastronomia

ATTORI COINVOLTI (RISORSE INTERNE / SOCIETÀ COLLEGATE / SOCIETÀ ESTERNE / PARTNER)

L'attività è presidiata da 1 dipendente e un responsabile, la struttura si implementa sui singoli progetti.

INNOVAZIONI DA INTRODURRE AL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ESERCIZIO

Per il 2017 i Consorzi prevedono di realizzare:

- Progetto Punto Prenotazioni per eventi e gare. Lo staff del Consorzio APM sarà punto di riferimento per la prenotazione di soggiorni in occasione di gare di sci e altre manifestazioni sportive.
- Pistoia Città della Cultura 2017: In occasione del 2017, anno in cui Pistoia è Capitale Italiana della Cultura, il Consorzio si impegna sia nell'attività di promozione, sia nell'organizzazione di eventi ed iniziative che mettono in luce i tratti distintivi del territorio.

BUDGET

PERSONALE € 50.000
ACQUISTO SERVIZI € 50.000
PROGETTI SPECIALI € 200.000
PROMOZIONE € 50.000

SCHEDA SERVIZIO – Budget Sociale 2017

AREA/SETTORE **Area Creazione d'Impresa**

LINEA STRATEGICA

- Valorizzazione della dimensione sovraterritoriale
- Diffusione di un nuovo modello di rappresentanza
- Associazione motore dell'innovazione
- Eccellenza risorse umane

SCHEDA SERVIZIO **Sviluppo Start Up d'Impresa**

BUDGET € 30.000

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO IN RELAZIONE ALLA LINEA STRATEGICA (INDIRIZZO/PROGRAMMA) NELLA QUALE È INSERITO

- Accompagnare i richiedenti nella costruzione dell'attività attraverso consulenze personalizzate che toccano tutti gli aspetti relativi alla creazione dell'impresa
- Supportare il futuro imprenditore nelle scelte migliori e più adeguate alla tipologia di attività che si appresta ad avviare
- Implementare lo sviluppo di nuove attività appartenenti al settore terziario nelle province di Pistoia e Prato

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Aspiranti imprenditori delle province di Pistoia e Prato

PRINCIPALI OBIETTIVI SPECIFICI

- Creazione d'impresе sane e competitive
- Riduzione del rischio di mortalità delle imprese nei primi anni di attività

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

- Analisi di fattibilità dell'idea imprenditoriale e assistenza per lo sviluppo della stessa con consulenza e offerta di altre soluzioni finalizzate alla realizzazione dell'inizio della attività
- Accompagnamento e sostegno per l'individuazione delle modalità di accesso alle modalità di finanziamento per la realizzazione del progetto
- Assistenza tecnica e finanziaria
- Assistenza all'inquadramento giuridico che l'imprenditore intende dare alla propria attività

ATTORI COINVOLTI (RISORSE INTERNE / SOCIETÀ COLLEGATE / SOCIETÀ ESTERNE / PARTNER)

L'attività è stata svolta da 2 collaboratrici stabili ed una responsabile

INNOVAZIONI DA INTRODURRE AL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ESERCIZIO

Servizi orientati alla promozione e alla visibilità delle nuove imprese

BUDGET

Personale € 15.000

Acquisto Servizi -

Progetti Speciali € 5.000

Promozione € 10.000

SCHEDA SERVIZIO – Budget Sociale 2017

AREA/SETTORE	Area categorie e territorio
LINEA STRATEGICA	<ul style="list-style-type: none"> - Valorizzazione della dimensione sovraterritoriale - Diffusione di un nuovo modello di rappresentanza - Associazione motore dell'innovazione - Eccellenza risorse umane - Investimento nella comunicazione esterna - Associazione come luogo di relazione e confronto
SCHEDA SERVIZIO	Sviluppo categorie e territorio
BUDGET	€ 50.000

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO IN RELAZIONE ALLA LINEA STRATEGICA (INDIRIZZO/PROGRAMMA) NELLA QUALE È INSERITO

L'Area Categorie e Territorio garantisce un costante rapporto con il singolo associato, in maniera diretta oppure tramite le delegazioni territoriali o, infine, tramite i sindacati di categoria organizzati e diversificati a seconda del settore merceologico di appartenenza.

Confcommercio Imprese per l'Italia delle province di Pistoia e Prato si pone come punto di riferimento anche nei confronti della Pubblica Amministrazione in cui le aziende si incontrano per trovare risposta alle problematiche del settore e per organizzare interventi di tutela della categoria.

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Aziende associate a Confcommercio Pistoia e Prato

PRINCIPALI OBIETTIVI SPECIFICI

- Servizio di assistenza agli associati a Confcommercio Imprese per l'Italia delle Province di Pistoia e Prato;
- Informazioni su adempimenti normativi;
- Promozione dei servizi e delle iniziative rivolte agli associati;
- Organizzazione di seminari di approfondimento e/o aggiornamento su temi di settore;
- Tutela e difesa sindacale della categoria, coordinata con la Confederazione e con le Federazioni Nazionali di Categoria;
- Azioni di tutela a livello locale nel rapporto con la pubblica amministrazione ai vari livelli.

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

L'attività si svolge su tutte le sedi operative di Pistoia, Prato, Montecatini Terme, Pescia e San Marcello

Pistoiese tramite contatti telefonici e direttamente con gli imprenditori. Le comunicazioni vengono inviate targhettizzate per categorie merceologiche e per territori.

ATTORI COINVOLTI (RISORSE INTERNE / SOCIETÀ COLLEGATE / SOCIETÀ ESTERNE / PARTNER)

L'attività è presidiata da 5 dipendenti ed un responsabile

INNOVAZIONI DA INTRODURRE AL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ESERCIZIO

Nel corso dell'anno 2017 sono state promosse iniziative atte a sviluppare ancora di più il rapporto fra Confcommercio e socio:

- Utilizzo di WhatsApp come nuovo canale di comunicazione per categorie merceologiche e/o delegazioni territoriali;
- Organizzazione di fiere e mercati su aree pubbliche per mettere a disposizione degli associati nuove opportunità di lavoro specialmente nelle giornate festive abitualmente non utilizzate dai commercianti su aree pubbliche;
- Progettazione di un nuovo modello per la raccolta dei rifiuti, in collaborazione con il Comune di Pistoia ed il soggetto incaricato al servizio di raccolta e smaltimento;
- Studio di iniziative, anche in collaborazione con i soggetti autorizzati alla raccolta e smaltimento di rifiuti speciali, mirate a ottimizzare i ritiri dei prodotti ed a ridurre i costi per lo smaltimento, voce particolarmente importante nei bilanci aziendali, in particolare per le imprese del settore alimentare e della somministrazione di alimenti e bevande;
- Consulenza e assistenza nelle pratiche per le riduzioni sulla raccolta dei rifiuti previste dai regolamenti comunali;
- Assistenza ai grossisti di prodotti alimentari ed ai panificatori nel contenzioso con la Regione Toscana sul pagamento della Tariffa sui controlli sanitari ufficiali di cui al Decreto D.lgs 194/08;
- Seminari informativi sui temi affrontati nella Collana editoriale "Le Bussole" edita da Confcommercio per il settore dei pubblici esercizi e con il Gruppo Giovani Imprenditori;
- Seminari rivolti agli agenti di affari in mediazione per approfondimenti normativi su materie di interesse per la categoria;
- Azioni di supporto alla categoria degli agenti di commercio e di sviluppo della stessa attraverso l'effettuazione di servizi quali check up FIRR e check up contrattuale;
- Iniziative con la categoria dei macellai volte a mettere in risalto i prodotti di qualità e la rilevanza del negozio di vicinato;
- Percorsi formativi specifici per il settore dei dettaglianti alimentari e delle macellerie;
- seminari informativi rivolti agli imprenditori del settore della moda sull'utilizzo professionale dei social network;
- seminari informativi rivolti agli imprenditori del settore ottico su tematiche inerenti la strumentazione e le modalità del suo uso;
- servizio di consulenza, assistenza e pagamento presso le sedi Confcommercio dei diritti Siae e Scf avvalendosi della nuova piattaforma Siae per far sì che le imprese associate usufruiscano delle agevolazioni previste da Siae con Fipe;
- seminari rivolti ai rivenditori di giornali e riviste per illustrare la nuova normativa del settore convertita in legge nell'ambito del Decreto Legge 50 del 24 Aprile 2017 che fornisce nuove

regole sulle vendite di stampa quotidiana e periodica;

- Consulenza ed assistenza ai rivenditori di prodotti per l'agricoltura in merito alle nuove modalità telematiche per la compilazione e trasmissione dell'elenco delle vendite dei presidi sanitari al Ministero delle Politiche Agricole;
- Organizzazione di incontri tra imprese e candidati a Sindaco dei comuni interessati dalle elezioni amministrative per mettere in risalto le istanze del mondo produttivo e delle imprese al fine di porle al centro del dibattito elettorale.

BUDGET

PERSONALE € 35.000

ACQUISTO SERVIZI –

PROGETTI SPECIALI € 10.000

PROMOZIONE € 5.000

SCHEDA SERVIZIO – Budget Sociale 2017

AREA/SETTORE **Assistenza tecnica alle imprese e sviluppo aggregati commerciali**

LINEA STRATEGICA

- Diffusione di un nuovo modello di rappresentanza
- Associazione motore dell'innovazione
- Eccellenza risorse umane
- Investimento nella comunicazione esterna
- Associazione come luogo di relazione e confronto

SCHEDA SERVIZIO **Promozione Centro Assistenza Tecnica e Centri Commerciali Naturali**

BUDGET € 180.000

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL SERVIZIO IN RELAZIONE ALLA LINEA STRATEGICA (INDIRIZZO/PROGRAMMA) NELLA QUALE È INSERITO

L'assistenza tecnica alle imprese sarà esplicata attraverso più attività quali:

- consulenza alle aziende (es. privacy, mercato elettronico pubblica amministrazione, etc.)
- coordinamento segreteria Centri Commerciali Naturali
- progettazione e gestione operativa progetti di sviluppo del territorio e del tessuto commerciale
- coordinamento e gestione operativa di attività di marketing e promozione aziendale oltre che del tessuto commerciale
- identificazione dell'area del CCN valorizzandone le peculiarità
- promozione della fruizione e della frequentazione dell'area commerciale identificata a CCN

UTENTI DESTINATARI DEL SERVIZIO

Aggregati commerciali (es. centri commerciali naturali) e tessuto imprenditoriale del territorio

PRINCIPALI OBIETTIVI SPECIFICI

- Fornire un servizio di assistenza allo sviluppo aziendale
- Promuovere e supportare il tessuto commerciale cittadino; promuovere sviluppo del territorio e delle sue peculiarità
- Rappresentare uno degli interlocutori principali per lo sviluppo del territorio e del comparto commerciale dell'area CCN
- Rafforzare il legame con le aziende associate al CCN creando attività a valorizzazione degli stessi

MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

Rispetto ai servizi offerti ai singoli imprenditori:

- Consulenze individuali
- Promozione dei servizi attraverso i principali canali di comunicazione (social network, sito, newsletter, stampa)

Rispetto ai servizi offerti agli aggregati commerciali come i CCN:

- Momenti informativi di gruppo dedicati a tutti gli imprenditori del tessuto commerciale
- Incontri di carattere operativo con le rispettive organizzazioni
- Realizzazione di eventi e iniziative mirate a valorizzare i centri storici e le loro attività

ATTORI COINVOLTI (RISORSE INTERNE / SOCIETÀ COLLEGATE / SOCIETÀ ESTERNE / PARTNER)

Sono coinvolti nell'attuazione 1 dipendente del CAT di Pistoia con funzione di raccordo con gli operatori dell'area sindacale e dei territori con i quali segue anche Centri Commerciali Naturali

INNOVAZIONI DA INTRODURRE AL SERVIZIO NEL CORSO DELL'ESERCIZIO

- Ottimizzare le modalità di erogazione dei servizi di assistenza alle imprese
- Messa a regime del "Progetto La Sala"
- Creazione di un gruppo di promozione commerciale e territoriale di comparto nel Centro Storico della Città di Pistoia

BUDGET

PERSONALE € 40.000

ACQUISTO SERVIZI –

PROGETTI SPECIALI € 100.000

PROMOZIONE € 40.000

1.4 – PROGETTI

Il filo conduttore che ha seguito la stesura dei progetti 2017 è sicuramente il rafforzamento e una visione dell'associazione in prospettiva pluriterritoriale.

Il principale progetto strategico per Confcommercio Pistoia e Prato rimane anche in questa annualità la creazione di un'associazione unica composta da due province in cui entrambi i territori hanno pari rilievo. L'obiettivo è, quindi, quello di tendere, di anno in anno, ad una crescita progressiva sul territorio pratese per raggiungere le medesime performance espresse attualmente sul territorio pistoiese.

Questa sfida si determinerà sulla nostra capacità di essere soggetto autorevole in termini di rappresentanza sindacale, sull'aumento della base associativa e delle imprese che decideranno di usufruire dei nostri servizi, sull'esigenza di dare vita ad azioni di marketing territoriale in grado di valorizzare le aziende dei settori di riferimento e, più in generale, l'economia del territorio.

Altro progetto strategico che dopo la fase di start up e consolidamento su Pistoia si orienterà al suo sviluppo prevalentemente sul territorio pratese è quello de La « La Nuova Rotta » nel quale assume ruolo centrale l'orientamento al cliente in ogni attività – sia essa di consulenza o di erogazione di un servizio – partendo da una analisi dei fabbisogni aziendali.

Gli altri progetti centrali per il 2017 si concentrano sulla volontà di creare un network fra gli associati e tra essi e Confcommercio. Da queste reti relazionali le imprese possono trarre vantaggi in termini di visibilità e di business (Progetto WIN – Terziario donna, La Sala e La Toscana in Bocca – FIPE). Inoltre grazie a questo tipo di attività si creano legami di fiducia che migliorano la reputazione dell'associazione e consentono di gettare le basi per dare vita ad azioni di lobby.

Il Gruppo Giovani Imprenditori sulla scia di quanto avviato nel 2016 proseguirà l'attività sull'innovazione aziendale prevalentemente intesa come orientamento ai nuovi strumenti di marketing e comunicazione promuovendo nuovi percorsi formativi per le imprese associate.

E' inoltre strategico per il sistema tracciare una continua evoluzione nella comunicazione esterna che ci consenta di essere più vicini ai nostri stakeholder e al passo con i cambiamenti in atto sulle strategie di comunicazione e sull'uso dei nuovi strumenti.

SCHEDA PROGETTO – Budget Sociale 2017

AREA/SETTORE **Area Comunicazione e Marketing**

LINEE STRATEGICHE

- Valorizzazione della dimensione sovraterritoriale
- Diffusione di un nuovo modello di rappresentanza
- Associazione motore dell'innovazione
- Investimento nella comunicazione esterna
- Associazione come luogo di relazione e confronto

SCHEDA PROGETTO **COMUNICAZIONE**

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL PROGETTO IN RELAZIONE ALLE LINEE STRATEGICHE NELLE QUALI È INSERITO

- COMUNICAZIONE ESTERNA.
 - Miglioramento dell'immagine di Confcommercio sul territorio e rafforzamento del rapporto con la base associativa
 - Diffusione di aggiornamenti e informazioni costanti agli associati su servizi e attività offerti, facendoli sentire parte del sistema Confcommercio attraverso la realizzazione di spazi di scambio e condivisione
 - Profilazione della comunicazione in base ai target di pubblico e agli strumenti utilizzati
- COMUNICAZIONE INTERNA.
 - Rafforzamento della rete fra le diverse aree interne all'Associazione anche attraverso l'utilizzo sempre più qualificato dello strumento CRM
 - Condivisione dei valori dell'Associazione
 - Agevolazione di una più rapida e capillare diffusione delle informazioni, utili per porsi di fronte agli associati come partner competente in grado di offrire un'assistenza completa

PRINCIPALI OBIETTIVI SPECIFICI

- COMUNICAZIONE ESTERNA.
 - Sviluppo della comunicazione e della promozione sui canali social, principalmente su Facebook e Twitter sui quali inizia un lavoro più approfondito di pubblicazione e di studio delle statistiche per raggiungere sempre più utenti e generare contatti.
 - Ottimizzazione della comunicazione sui canali tradizionali attraverso una sempre maggior profilazione per utenti e mezzi utilizzati (sito, newsletter, stampa)
 - Utilizzo e sviluppo dei gruppi WhatsApp come strumenti efficaci e immediati per scambiare informazioni
- COMUNICAZIONE INTERNA.
 - Intensificazione dell'utilizzo del CRM e delle MAIL SPOT di aggiornamento per rendere sempre più fluida la circolazione delle comunicazioni interne all'Associazione
 - Utilizzo gruppi WhatsApp fra dipendenti per seguire progetti ed iniziative

PRINCIPALI FASI DI ATTIVITÀ E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

L'attività di comunicazione si concentrerà principalmente sui seguenti canali:

- Social Media, Facebook: pianificazione business plan, avvio campagne promozionali, realizzazione video interviste su servizi, eventi o rinnovi degli organi dirigenziali, studio delle statistiche e degli Insight, creazione moduli per richiesta di contatto. Twitter: veicolazione informazioni istituzionali relative all'Associazione territoriale e al sistema confederale.
- WhatsApp: utilizzo WhatsApp per Sindacati di Categoria, Delegazioni Territoriali, Centri Commerciali Naturali, gruppi di lavoro.
- Piattaforme per iscrizioni online: EventBrite. Incentivare l'iscrizione online attraverso piattaforme specifiche promosse su social network, newsletter e sito.
- Newsletter: Ottimizzazione dell'invio delle comunicazioni in base ai target di pubblico a cui ci si rivolge.
- Sito Web: Ottimizzazione dei contenuti in modo da renderli sempre più fruibili e immediati.
- Comunicati stampa e rapporti con organi di comunicazione sul territorio: diffusione delle comunicazione riguardanti le attività di Confcommercio sui territori delle due province sia per quanto riguarda la stampa locale, sia per le TV, sia per i giornali online.
- Piattaforma CRM: qualificazione e ottimizzazione dell'utenza

DURATA COMPLESSIVA DEL PROGETTO ED, EVENTUALMENTE, DI STEP INTERMEDI

Anno 2017

ATTORI COINVOLTI (RISORSE INTERNE / SOCIETÀ COLLEGATE / SOCIETÀ ESTERNE / PARTNER)

Area Comunicazione e Marketing

BUDGET

Personale € 30.000

Acquisto Servizi € 5.000

Progetti Speciali € 15.000

Promozione € 15.000

SCHEDA PROGETTO – Budget Sociale 2017

AREA/SETTORE **Area Categorie e Territorio**

LINEE STRATEGICHE

- Diffusione di un nuovo modello di rappresentanza
- Associazione motore dell'innovazione
- Associazione come luogo di relazione e confronto

SCHEDA PROGETTO **Sviluppo progetto "GIOVANI E INNOVAZIONE"**

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL PROGETTO IN RELAZIONE ALLE LINEE STRATEGICHE NELLE QUALI È INSERITO

Il progetto, promosso dal Gruppo Giovani Imprenditori Confcommercio delle province di Pistoia e Prato, ha come obiettivi fondamentali quelli di:

- promuovere lo **sviluppo e l'utilizzo delle nuove tecnologie** fra i giovani imprenditori
- svolgere azione di consulenza ai giovani imprenditori delle province di Pistoia e di Prato già in attività o a quanti si trovano nella fase di "start-up" aziendale
- incrementare la visibilità del Gruppo e dei servizi messi a disposizione da Confcommercio a sostegno dell'imprenditoria giovanile allargando la rete di relazioni fra i giovani imprenditori

PRINCIPALI OBIETTIVI SPECIFICI

- Sensibilizzare ed incrementare l'utilizzo da parte dei Giovani Imprenditori delle nuove tecnologie attraverso approcci dinamici in contesti informali (vedi iniziativa "Aperiweb") e attraverso la creazione di percorsi formativi specifici
- Incrementare il numero dei Giovani Imprenditori associati, fidelizzare i Giovani Imprenditori già associati con ricadute di lungo termine a livello di sviluppo del marketing dei servizi
- Migliorare la visibilità del Gruppo Giovani Imprenditori nel panorama istituzionale e nei confronti dei Gruppi Giovani delle altre Associazioni di Categoria
- Allargare la rete di relazioni e di "opportunità di business" fra i giovani imprenditori

PRINCIPALI FASI DI ATTIVITÀ E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

- Realizzazione iniziative:
 - Marzo 2017: "**Aperiweb- 4^a Rivoluzione Industriale**": obiettivo dell'iniziativa quello di svolgere un "focus" sulle professioni emergenti nel campo del web-marketing in grado di promuovere le piccole e medie imprese utilizzando in modo efficace i canali social. Nel corso della serata viene presentato anche il "Corso Digital Strategist per le PMI" volto a creare all'interno della struttura aziendale una figura professionale in grado di ideare e gestire le migliori strategie di mkt e comunicazione digitale a supporto dell'azienda.
 - Maggio/Luglio 2017: "**Corso Digital Strategist per le PMI**": corso di formazione promosso dal Gruppo Giovani Imprenditori Confcommercio delle province di Pistoia e di Prato avente come obiettivo quello di creare o di perfezionare le competenze, all'interno della

struttura aziendale, della figura professionale del “digital strategist” in grado di gestire le strategie di web marketing per le piccole e medie imprese.

- Ottobre/Novembre 2017: attività volte a sviluppare una rete di giovani imprenditori fra le due province.
- Utilizzo e valorizzazione di WhatsApp come modalità di comunicazione fra i giovani imprenditori associati dietro coordinamento e monitoraggio da parte della segreteria del Gruppo Giovani
- Utilizzo dei canali fb di Confcommercio Pistoia come nuovo mezzo di divulgazione e di promozione delle iniziative del Gruppo nonché come nuovo mezzo per condividere le esperienze fatte e creare “rete” fra giovani imprenditori

DURATA COMPLESSIVA DEL PROGETTO ED, EVENTUALMENTE, DI STEP INTERMEDI

Anno 2016 e ancora in corso

ATTORI COINVOLTI (RISORSE INTERNE / SOCIETÀ COLLEGATE / SOCIETÀ ESTERNE / PARTNER)

Il progetto sarà realizzato e portato avanti in tutte le fasi di sviluppo dalla coordinatrice del Gruppo Giovani Imprenditori Pistoia e Prato, dalla coordinatrice dell'area comunicazione e marketing in fase di pianificazione e nella creazione dei vari eventi. La collaboratrice dell'area comunicazione sarà inserita nella fase operativa di organizzazione dell'evento e nella serata di svolgimento. Altre risorse umane saranno poi impiegate nella sola serata di svolgimento dell'iniziativa con funzioni di supporto operativo alla riuscita dell'iniziativa.

BUDGET

Il progetto fa parte dei costi totali rilevati nell'Area Categorie e Territorio pari a € 50.000

SCHEDA PROGETTO – Budget Sociale 2017

LINEE STRATEGICHE

- Valorizzazione della dimensione sovraterritoriale
- Diffusione di un nuovo modello di rappresentanza
- Associazione motore dell'innovazione
- Eccellenza risorse umane
- Investimento nella comunicazione esterna
- Associazione come luogo di relazione e confronto

SCHEDA PROGETTO Sviluppo progetto “PROGETTO PRATO”

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL PROGETTO IN RELAZIONE ALLE LINEE STRATEGICHE NELLE QUALI È INSERITO

- Rafforzare l'identità di Confcommercio sul territorio della provincia di Prato
- Diffondere e garantire la qualità dei servizi offerti alle aziende
- Promuovere i vantaggi di essere associati Confcommercio

PRINCIPALI OBIETTIVI SPECIFICI

- Valorizzare la rappresentanza sovra provinciale
- Proporsi alle aziende della provincia di Prato come partner qualificati in grado di rispondere alle loro esigenze
- Introdurre nuove tecnologie per ottimizzare le procedure di lavoro
- Incrementare le performance commerciali dei servizi
- Promuovere iniziative ed eventi di animazione territoriale

PRINCIPALI FASI DI ATTIVITÀ E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

- Costituzione Consulta Imprenditori della provincia di Prato di Confcommercio

Sindacati di categoria costituiti o da costituire nel 2017:

- Federottica Prato (ottici e optometristi)
- Gruppo Giovani Imprenditori Pistoia e Prato (sovra provinciale)
- Federmoda (abbigliamento, calzature, accessori)
- Assipan (panificatori)
- Federcartolai (cartolibrari – sovra provinciale)

Delegazioni territoriali Confcommercio da costituire nel 2017:

- Poggio a Caiano
- Carmignano
- Vaiano
- Vernio

Eventi realizzati o da realizzare nel 2017:

- MERCATO DELLA TOSCANA in Piazza Ebense (Parcheggio ex Ospedale) 23/04
- BUONI COME IL PANE: 3/05 giornata di beneficenza dei panificatori Assipan
- EAT PRATO 9/10/11 Giugno
- TOSCANA A TAVOLA - Toscana TV: programma di Vetrina Toscana mirato alla valorizzazione della tradizione enogastronomica e dei territori della provincia
- CHEFOR PRATO 19/06: cena di beneficenza a Villa il Mulinaccio (Vaiano) dei ristoratori a favore della Caritas Diocesana provinciale
- MY PRATO WEEKS: nuovo format di aperture serali dei negozi nel mese di Luglio
- PASSEGGIATA ENOGASTRONOMICA MEDICEA 20/07 Poggio a Caiano
- ROAD SHOW FIDA Settembre
- MERCATO DELLA TOSCANA a Maliseti 29/10
- Natale 2017

Seminari realizzati o da realizzare nel 2017:

- Seminario FIMAA Mike Ferry - Marzo
- Seminario "La Moda nei Social. Nuove strategie di Web Marketing" 29/05
- SEMINARIO FIMAA "I contratti di locazione ad uso abitativo a canone agevolato" 28/06

DURATA COMPLESSIVA DEL PROGETTO ED, EVENTUALMENTE, DI STEP INTERMEDI

Anno 2017

ATTORI COINVOLTI (RISORSE INTERNE / SOCIETÀ COLLEGATE / SOCIETÀ ESTERNE / PARTNER)

Tutti i dipendenti di Confcommercio e delle Società collegate

BUDGET

Personale € 240.000

Acquisto Servizi € 30.000

Progetti Speciali € 20.000

Promozione € 10.000

SCHEDA PROGETTO – Budget Sociale 2017

LINEA STRATEGICA

- Valorizzazione della dimensione sovraterritoriale
- Diffusione di un nuovo modello di rappresentanza
- Eccellenza risorse umane
- Associazione come luogo di relazione e confronto

SCHEDA PROGETTO

“SVILUPPO ASSOCIATIVO E MARKETING”

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL PROGETTO IN RELAZIONE ALLA LINEA STRATEGICA (INDIRIZZO/PROGRAMMA) NELLA QUALE È INSERITO

L'attività, svolta anche nel contesto del progetto “La Nuova Rotta”, è mirata da un lato a generare un continuo miglioramento della qualità dei rapporti con gli imprenditori associati, consolidando e rafforzando in loro il senso di appartenenza all'Associazione; dall'altro a dare visibilità interna ed esterna alle attività svolte dall'Associazione al fine di far sentire gli associati membri di un'organizzazione credibile, forte, riconosciuta e vitale.

Allo stesso tempo viene svolta una attività di avvicinamento e presentazione di Confcommercio e dei suoi servizi attraverso un'analisi del fabbisogno delle imprese non associate con l'obiettivo di favorire la crescita anche numerica degli associati.

PRINCIPALI OBIETTIVI SPECIFICI

- Incrementare il numero delle imprese associate che usufruiscono dei servizi messi a disposizione dal sistema Confcommercio
- Sviluppare modelli di interazione territoriale
- Coinvolgere i nostri stakeholders

PRINCIPALI FASI DI ATTIVITÀ E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

Sviluppo associativo e mantenimento

- Utilizzo del sistema CRM per fornire risposte adatte ed aggiornate alle esigenze dei nostri soci
- Verifica della conoscenza e dell'utilizzo dei servizi associativi da parte delle aziende, nonché del relativo grado di soddisfazione
- Rafforzamento e miglioramento della qualità dei rapporti con le imprese associate attraverso visite in azienda
- Promozione delle convenzioni sottoscritte da Confcommercio Nazionale e dalle Federazioni di Categoria

Marketing

- Supporto alle iniziative dell'Associazione che contemplino momenti di visibilità, comunicazione, pubbliche relazioni
- Azioni di marketing associativo
- Stipula e promozione di convenzioni finalizzate ad offrire agli associati opportunità di risparmio su servizi di interesse generale

DURATA COMPLESSIVA DEL PROGETTO ED, EVENTUALMENTE, DI STEP INTERMEDI

Dal 2016 ancora in corso

ATTORI COINVOLTI (RISORSE INTERNE / SOCIETÀ COLLEGATE / SOCIETÀ ESTERNE / PARTNER)

Area categorie e territorio

BUDGET

Personale € 60.000

Acquisto Servizi -

Progetti Speciali € -

Promozione € 15.000

SCHEDA PROGETTO – Budget Sociale 2017

AREA/SETTORE **Area Categorie e Territorio**

LINEE STRATEGICHE

- Valorizzazione della dimensione sovraterritoriale
- Diffusione di un nuovo modello di rappresentanza
- Associazione motore dell'innovazione
- Associazione come luogo di relazione e confronto

SCHEDA PROGETTO **Sviluppo progetto “TERZIARIO DONNA”**

DESCRIZIONE SINTETICA DELLA FINALITÀ DEL PROGETTO IN RELAZIONE ALLE LINEE STRATEGICHE NELLE QUALI È INSERITO

- Sostegno alle imprenditrici femminili della provincia di Pistoia e di Prato nella ricerca di opportunità di business innovative per le loro aziende
- Sviluppo di una rete sempre più consolidata di contatti fra le imprenditrici
- Incrementare la visibilità e la reputazione del Gruppo TD e di Confcommercio Pistoia e Prato nel panorama istituzionale e nei confronti delle altre Associazioni provinciali

PRINCIPALI OBIETTIVI SPECIFICI

- Realizzazione iniziative rivolte alle imprenditrici femminili già in attività o a coloro che stanno affacciandosi al mondo imprenditoriale (start-up aziendali)
- Utilizzo e valorizzazione di WhatsApp come modalità di comunicazione fra le imprenditrici associate dietro coordinamento e monitoraggio segreteria del Gruppo
- Utilizzo della pagina Facebook di Confcommercio Pistoia e Prato e dello stesso Gruppo Terziario Donna come canali di divulgazione e di promozione delle iniziative del Gruppo nonché come nuovo mezzo per condividere le esperienze fatte e creare “rete” fra imprenditrici

PRINCIPALI FASI DI ATTIVITÀ E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

Progetto WIN (Women Innovative Network). Tale progetto si articolerà nelle seguenti fasi operative:

Eventi già realizzati:

- Febbraio 2017: primo **“Business Speed Date”** al femminile presso il Museo Pecci di Prato. Lo Speed Date è stato preceduto da un breve momento formativo sulle tecniche di autopresentazione efficace. Lo Speed Date si è concretizzato in matching fra le imprenditrici della durata di 2 minuti a coppia nel corso dei quali ciascuna imprenditrice ha presentato la propria azienda evidenziandone i punti di forza.
- Giugno 2017: **“La Cultura dell’incontrarsi”**. L’evento si è svolto a Pistoia, capitale della cultura 2017. Dopo una visita guidata al museo dell’Ospedale del Ceppo, segue un aperitivo informale in cui le imprenditrici si scambiano idee e consolidano i rapporti.

Altri eventi in programmazione:

- Ottobre 2017: **“La Cultura dell’incontrarsi”** a Prato.
- Novembre 2017: **“Business Speed Date”** a Pistoia.
- Dicembre 2017: **evento conclusivo** con la presentazione di un video riassuntivo dell’esperienza fatta nel corso dell’anno.

DURATA COMPLESSIVA DEL PROGETTO ED, EVENTUALMENTE, DI STEP INTERMEDI

Anno 2016 e ancora in corso

ATTORI COINVOLTI (RISORSE INTERNE / SOCIETÀ COLLEGATE / SOCIETÀ ESTERNE / PARTNER)

Il progetto sarà realizzato in tutte le fasi di sviluppo dalla coordinatrice del Gruppo Terziario Donna Pistoia e Prato, dalla coordinatrice dell’area comunicazione e marketing in fase di pianificazione e nella creazione dei vari eventi. La collaboratrice dell’area comunicazione interverrà nella fase operativa di organizzazione dell’evento e nella serata di svolgimento. Altre risorse umane saranno poi impiegate nella sola serata di svolgimento dell’iniziativa con funzioni di supporto operativo alla riuscita dell’iniziativa.

BUDGET

Il progetto fa parte dei costi totali rilevati nell’Area Categorie e Territorio pari a € 50.000

1.5 ATTIVITA' ED EVENTI ISTITUZIONALI

Confcommercio Pistoia e Prato ha alcuni appuntamenti istituzionali fissi che organizza di anno in anno. Sono i momenti nei quali l'Associazione incontra gli associati, le autorità, i rappresentanti delle Istituzioni e gli altri stakeholder per fare il punto sul quadro politico economico, sui risultati dell'associazione e traccia le linee guida future.

L'evento istituzionale più importante dell'anno è l'assemblea dei soci che viene svolta un anno a Pistoia e uno a Prato seguita dal Brindisi degli Auguri con la città in occasione del Natale. Generalmente organizziamo due brindisi uno a Pistoia e uno a Prato.

Ci sono poi altri eventi istituzionali che variano in base alle programmazioni annuali e agli argomenti strategici di breve e medio periodo. Inoltre, annualmente, prevediamo almeno l'organizzazione di un evento Confcommercio a carattere benefico.

Per il 2017 sono programmati:

Eventi previsti	Risorse stanziare (euro)
Assemblea annuale dei Soci Sede 2017 Prato	€ 6.000
Brindisi istituzionali di fine anno Pistoia e Prato	€ 1.500
Cena di beneficenza CHEFORPRATO	€ 2.000
Evento sui FONDI EUROPEI. <i>In collaborazione con la Confederazione</i>	€ 2.000
Premiazione Attività Storiche. <i>Comune di Ponte Buggianese</i>	€ 2.000
Legalità Mi Piace <i>Se proposta dal Confederazione</i>	€ 1.000
TOTALE	€ 14.500

APPENDICE

NOTA METODOLOGICA

Seguire la strada della rendicontazione sociale significa intraprendere un percorso di trasparenza nei confronti degli associati e degli stakeholder ma allo stesso tempo vuole dire fare un passo significativo verso una migliore organizzazione interna.

Grazie alle attività di pianificazione per la stesura del Budget sociale e alle azioni necessarie a elaborare, poi, la relativa rendicontazione, ogni area è chiamata a svolgere con precisione e in modo puntuale una dettagliata stesura di tutto quanto svolto in una annualità.

Questo lavoro di analisi consente un maggiore approfondimento degli argomenti e porta ad una inevitabile, quanto auspicata, ottimizzazione e qualificazione delle attività di pianificazione e, successivamente, di quelle di monitoraggio e controllo.

Sulle modalità operative utilizzate per giungere alla stesura dei documenti: nel primo anno la redazione del budget sociale 2016, in un'ottica di sperimentazione, è stata accentrata nell'area comunicazione in staff con la direzione. Per il secondo anno sono stati, invece, coinvolti i responsabili di tutti i settori. Nello specifico sono stati organizzati incontri individuali con la direzione nei quali ogni responsabile ha rendicontato le attività svolte nel 2016, sintetizzate successivamente nel bilancio sociale e, concordato, le linee di sviluppo del 2017 inserite nel nuovo Budget Sociale.

Questa evoluzione ha consentito di diffondere a tutto il sistema la cultura della rendicontazione sociale con l'obiettivo di farla entrare nella piena operatività di ogni area.

PERCORSO DI MIGLIORAMENTO DELLA RENDICONTAZIONE SOCIALE

Nel tempo uno degli obiettivi "interni" è quello di allenare in associazione una forma mentis tale per cui si proceda sempre con le stesse modalità operative del budget/bilancio sociale.

Quindi: analisi del contesto, definizione e, soprattutto condivisione, delle linee strategiche, definizione e pianificazione di azioni e progetti che rispondano alle linee strategiche, monitoraggio e controllo dei risultati.

L'altro obiettivo che ci fissiamo in questo percorso riguarda le modalità di comunicazione e diffusione dei budget e dei bilanci sociali elaborati. Ci impegneremo per pianificare in modo più ampio e puntuale la diffusione a tutti gli stakeholder in modo che l'attività svolta non rimanga un prodotto a uso interno o di pochi associati ma diventi un canale per far conoscere la nostra organizzazione oltre che un sistema per diffondere sui territori di riferimento la cultura della rendicontazione sociale.

GRUPPO DI LAVORO

Gruppo di lavoro:

Tiziano Tempestini

Marco Leporatti

Sabrina Marini

Marco Baldasseroni

Lucia Bini

Michela Bruschini

Iacopo Caldonazzo

Massimo Felici

Daniela Filardi

Claudio Gori

Coordinamento e redazione:

Lara Vergari

Virginia Martini