



Preventivo Economico

Esercizio 2015

Preventivo Economico 2015

Si compone dei seguenti allegati:

1- Allegato G: (modello bilancio preventivo)

(previsto dall'art. 67, 1 comma, del DPR 2/11/2005, n. 254)

2- Grafici di bilancio

3- Allegato G analisi dettagliata

(previsto dall'art. 67, 1 comma, del DPR 2/11/2005, n. 254)

4- Relazione illustrativa del Presidente
al Preventivo Economico 2015

(previsto dall'art. 67, 2 comma, del DPR 2/11/2005, n. 254)

5- Piano attività 2015

(previsto dall'art. 67, 3 comma, del DPR 2/11/2005, n. 254)

Preventivo Economico 2015

Allegato G - Prospetto di bilancio preventivo *(previsto dall'art. 67, 1 comma, del DPR 2/11/2005, n. 254)*

(allegato 1)

PROSPETTO DI BILANCIO PREVENTIVO 2015

Allegato G – previsto dall'art. 67, 1 comma, del DPR 2/11/2005, n. 254

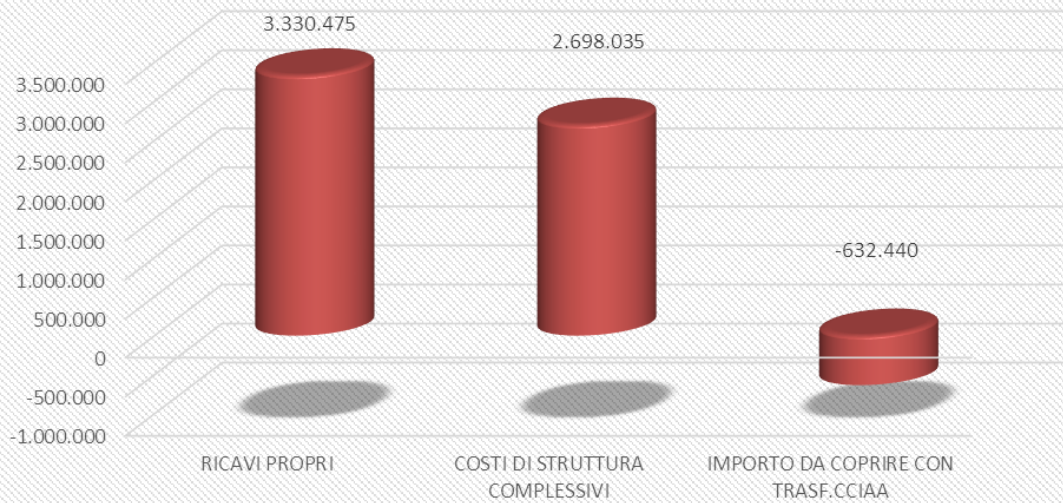
VOCI DI COSTO/RICAVO	VALORI COMPLESSIVI		VALORI COMPLESSIVI		Differenza su prev.chiusura		QUADRO DI DESTINAZIONE PROGRAMMATICA DELLE RISOR			
	CONSUNTIVO 2013	PREVENTIVO ANNO 2014	PREVISIONE DI CHIUSURA AL 31-12-2014	PREVENTIVO ANNO 2015	valore assoluto	valore %	INTERNAZ.NE	FINANZA	LABORATORIO CHIMICO	SERVIZI INTERNI
A) RICAVI ORDINARI										
1) Proventi da servizi	1.316.878	1.820.200	1.922.721	3.028.386	1.105.665	58%	2.430.750	167.636	430.000	-
2) Altri proventi o rimborsi	46.741	500	14.641	-	14.641	-100%	-	-	-	-
3) Contributi da organismi comunitari	243.800	230.893	178.835	202.089	23.254	13%	202.089	-	-	-
4) Contributi regionali o da altri enti	210.199	329.911	175.787	100.000	75.787	-43%	-	-	100.000	-
5) Altri contributi	-	-	-	-	-	0%	-	-	-	-
TOTALE RICAVI PROPRI	1.817.619	2.381.504	2.291.984	3.330.475	1.038.491	45%	2.632.839	167.636	530.000	-
6) Contributo della CCIAA in c/esercizio	2.762.500	2.858.000	2.658.000	1.500.000	1.158.000	-44%	-	-	-	-
<i>Contributo CCIAA a c/Impianti</i>	-	-	200.000	-	200.000	-100%	-	-	-	-
Totale ricavi ordinari (A)	4.580.119	5.239.504	4.949.984	4.830.475	119.509	-2%	2.632.839	167.636	530.000	-
B) COSTI DI STRUTTURA										
7) Organi istituzionali	18.060	22.030	17.187	17.190	3	0%	-	-	-	17.190
8) Personale	2.024.482	2.120.314	1.981.407	2.044.556	63.149	3%	765.157	108.833	418.284	752.281
9) Funzionamento	502.021	580.500	549.037	526.290	22.747	-4%	22.100	2.400	20.000	481.790
10) Ammortamenti e accantonamenti	218.958	122.970	152.970	110.000	42.970	-28%	-	-	-	110.000
Totale costi di struttura (B)	2.763.520	2.845.814	2.700.601	2.698.035	2.565	0%	787.257	111.233	438.284	1.361.261
C) COSTI ISTITUZIONALI										
11) Spese per progetti e iniziative	1.664.380	2.245.490	2.142.894	2.017.440	125.454	-6%	1.864.840	4.600	146.000	2.000
totale costi di struttura+costi istituzionali (B+C)	4.427.900	5.091.304	4.843.494	4.715.475	128.019	-3%	2.652.097	115.833	584.284	1.363.261
RISULTATO GESTIONE CORRENTE (A-B-C)	152.218	148.200	106.490	115.000	8.510	8%	- 19.258	51.803	- 54.284	- 1.363.261
D) GESTIONE FINANZIARIA										
12) Proventi finanziari	4.842	1.500	2.000	1.500	500	-25%	-	-	-	1.500
13) Oneri finanziari	4.641	1.500	2.500	1.500	1.000	-40%	-	-	-	1.500
Risultato della gestione finanziaria	201	-	- 500	-	500	-100%	-	-	-	-
E) GESTIONE STRAORDINARIA										
14) Proventi straordinari	45.136	1	16.306	1	16.305	-100%	-	-	-	1
15) Oneri straordinari	23.193	1	2.296	1	2.295	-100%	-	-	-	1
Risultato della gestione straordinaria	21.943	-	14.010	-	14.010	-100%	-	-	-	-
AVANZO/DISAVANZO ECONOMICO D'ESERCIZIO	174.362	148.200	120.000	115.000	5.000	-4%	- 19.258	51.803	- 54.284	- 1.363.261
Imposte sul reddito dell'esercizio	165.322	148.200	120.000	115.000	5.000	-4%	-	-	-	115.000
DISAV./AVANZO DELL'ESERC. DOPO LE IMPOSTE	9.040	0	0	0	0	-307%	- 19.258	51.803	- 54.284	- 1.478.261

Preventivo Economico 2015

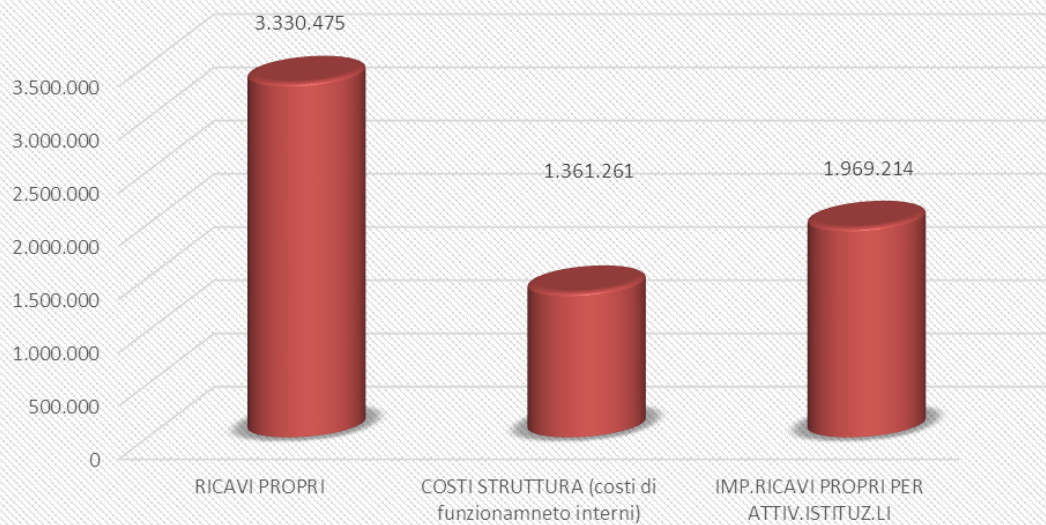
Grafici di bilancio

(allegato 2)

COPERTURA COSTI STRUTTURA COMPLESSIVI CON RICAVI PROPRI



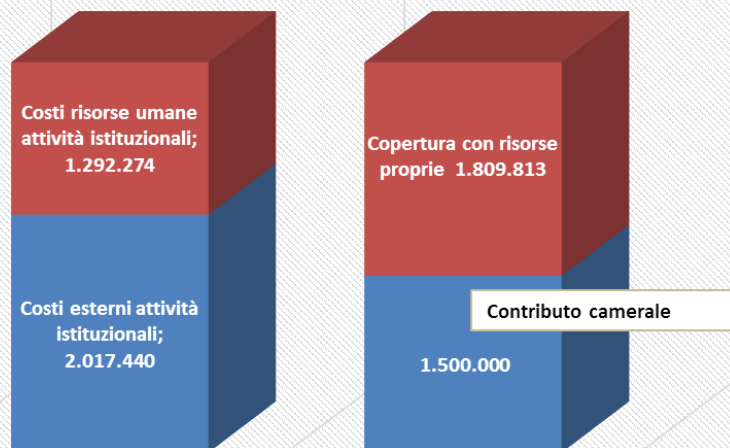
COPERTURA COSTI STRUTTURA (costi di funzionamento interni) CON RICAVI PROPRI



COPERTURA COSTI ATTIVITA' ISTITUZIONALI CON TRASF. CAMERALE E RISORSE PROPRIE

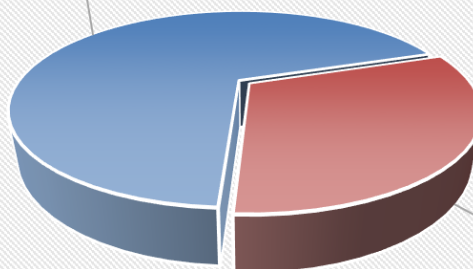
tot. costi diretti att. ist. € 3.309.714

tot. risorse a copertura costi diretti att. ist. € 3.309.714



CONFRONTO RICAVI PROPRI CON TRASFERIMENTO CAMERALE

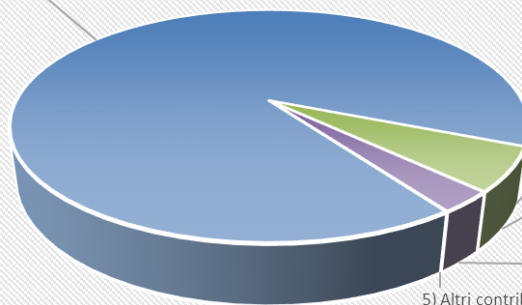
RICAVI PROPRI;
3.330.475; 69%



CONTRIBUTO CCIAA
C/ESERCIZIO; 1.500.000;
31%

COMPOSIZIONE DEI RICAVI PROPRI

1) Proventi da servizi
3.028.386
90,93%



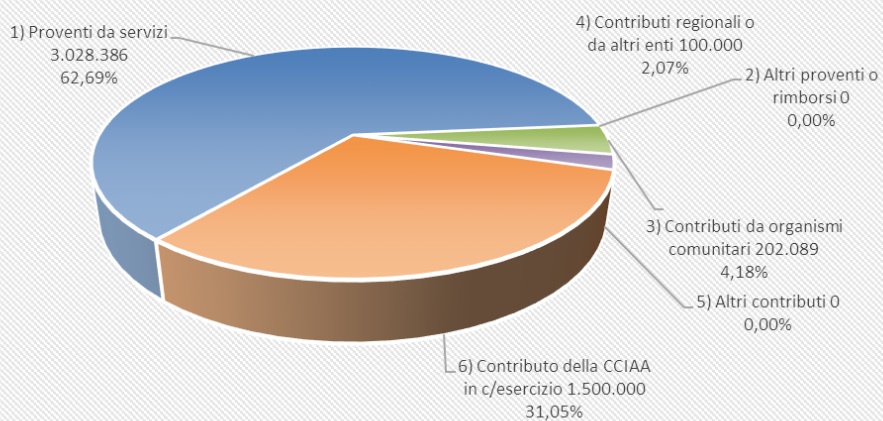
2) Altri proventi o
rimborsi 0
0,00%

3) Contributi da organismi
comunitari 202.089
6,07%

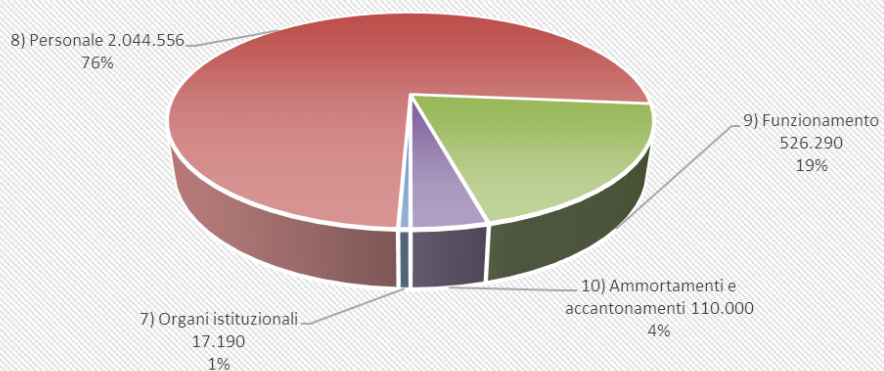
4) Contributi regionali o
da altri enti 100.000
3,00%

5) Altri contributi 0
0,00%

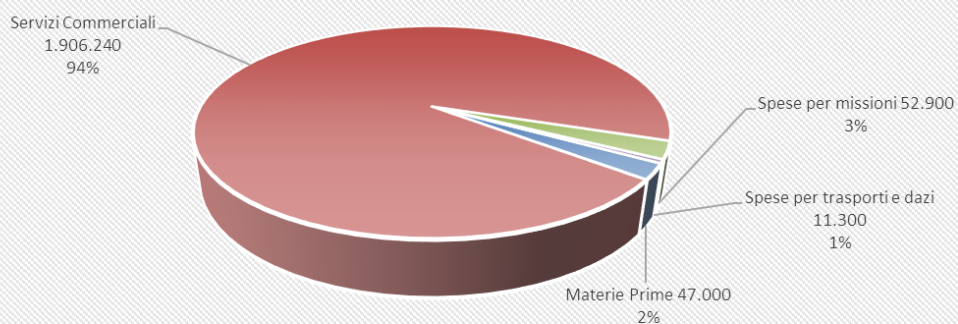
COMPOSIZIONE DEI RICAVI ORDINARI



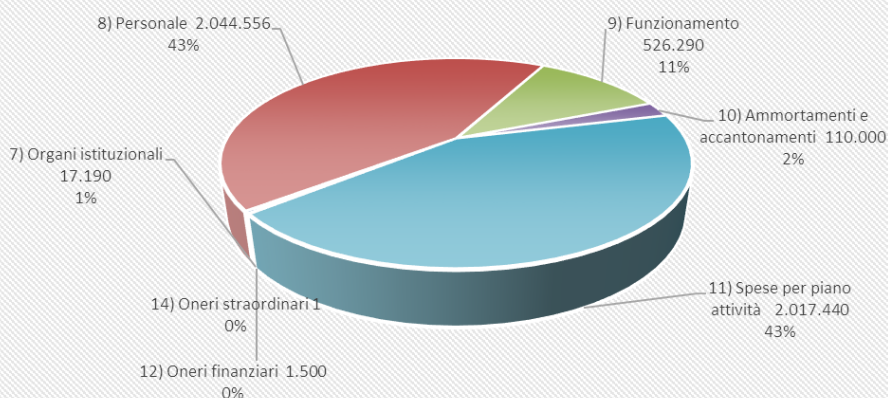
COMPOSIZIONE DEI COSTI DI STRUTTURA



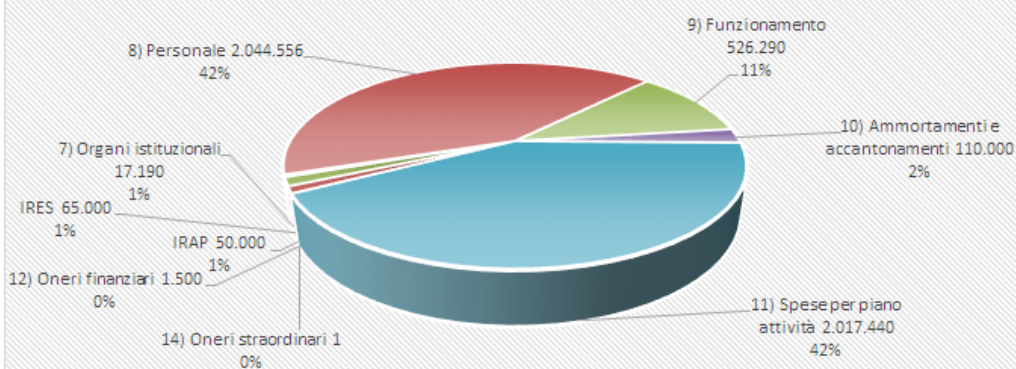
COMPOSIZIONE DEI COSTI ISTITUZIONALI



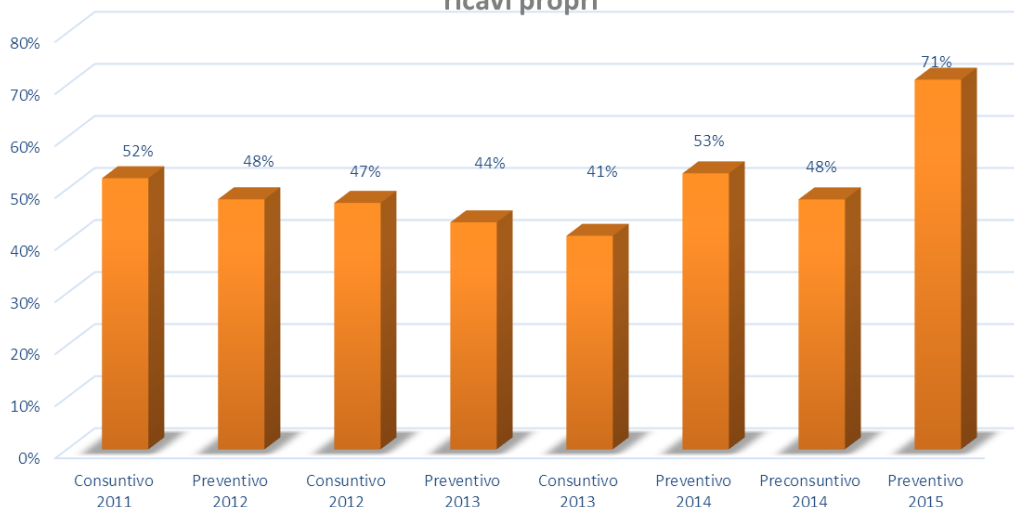
COMPOSIZIONE DEI COSTI (prima delle imposte)



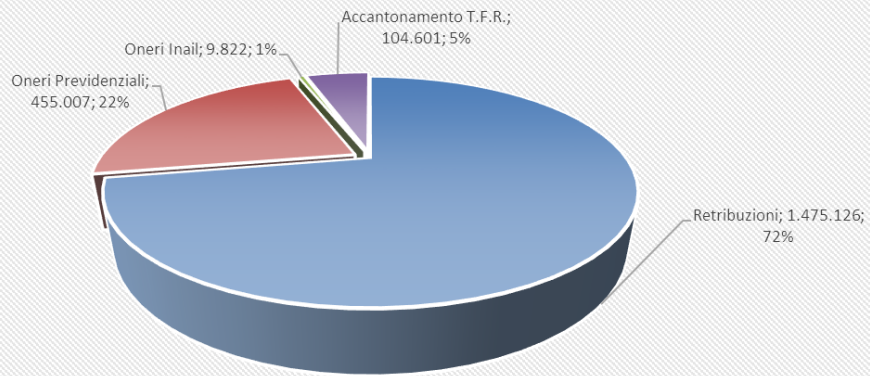
COMPOSIZIONE DEI COSTI COMPLESSIVI (comprese imposte di esercizio)



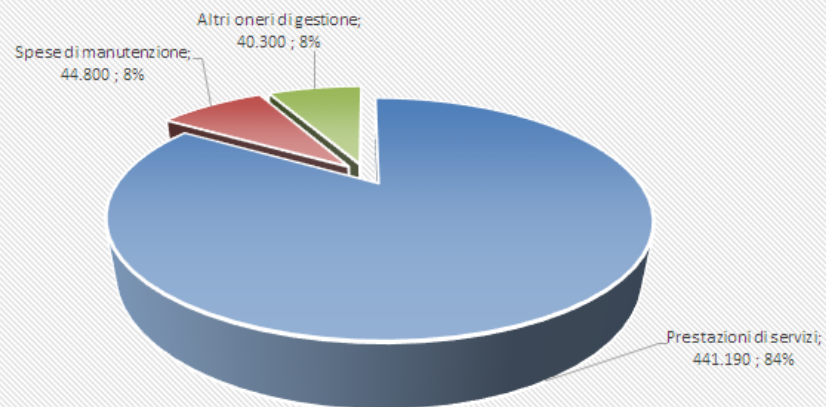
Confronto tassi di copertura costi complessivi (al netto imposte) con ricavi propri



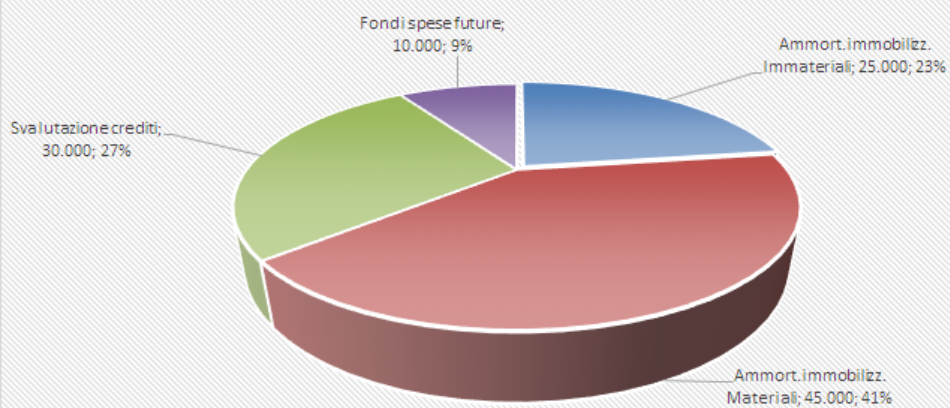
COMPOSIZIONE ONERI DEL PERSONALE



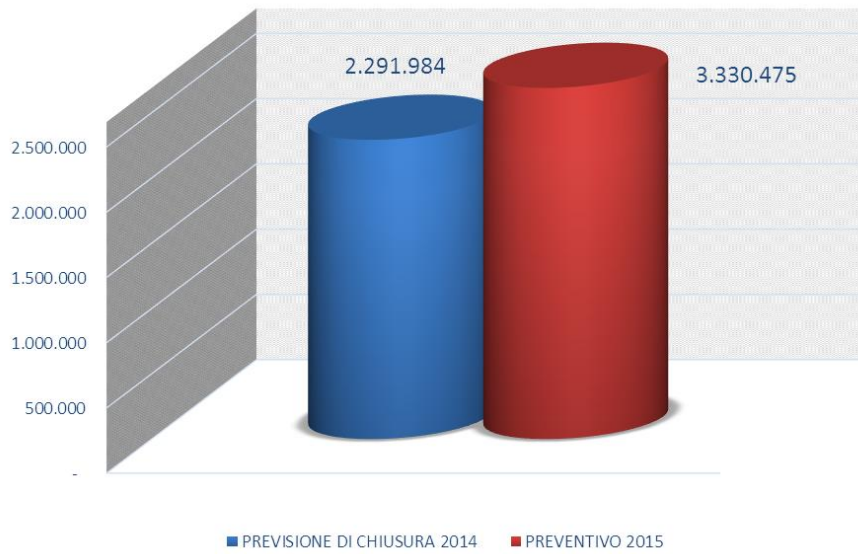
COMPOSIZIONE ONERI DI FUNZIONAMENTO



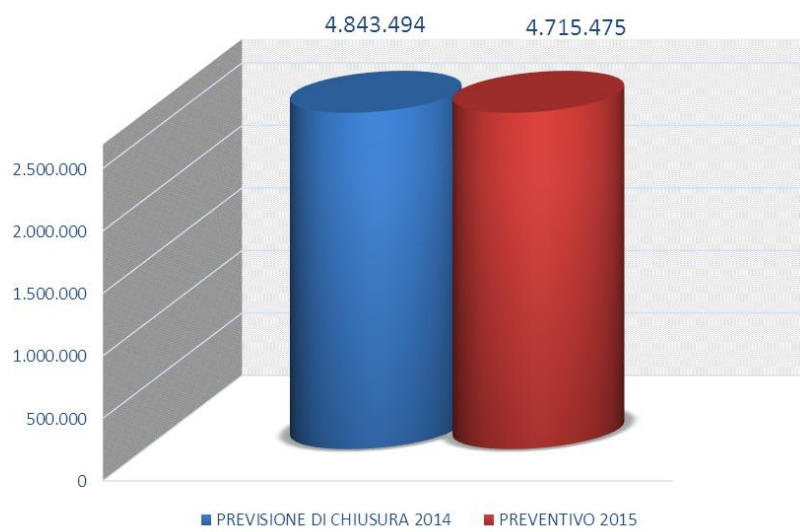
COMPOSIZIONE ONERI AMMORTAMENTI E ACCANTONAMENTI



**RAFFRONTO RICAVI PROPRI GESTIONE CORRENTE:
PRECONSUNTIVO 2014 - PREVENTIVO 2015**



**RAFFRONTO COSTI GESTIONE CORRENTE:
PRECONSUNTIVO 2014 - PREVENTIVO 2015**



Preventivo Economico 2015

Allegato G - Analisi dettagliata

(previsto dall'art. 67, 1 comma, del DPR 2/11/2005, n. 254)

(allegato 3)

VOCI DI COSTO/RICAVO	VALORI COMPLESSIVI		VALORI COMPLESSIVI		Differenza su prev.chiusura		QUADRO DI DESTINAZIONE PROGRAMMATICA DELLE RISORSE			
	CONSUNTIVO 2013	PREVENTIVO ANNO 2014	PREVISIONE DI CHIUSURA AL 31-12-2014	PREVENTIVO ANNO 2015	valore assoluto	valore %	INTERNAZ. NE	FINANZA	LABORATORIO CHIMICO	SERVIZI INTERNI
	A) RICAVI ORDINARI									
1) Proventi da servizi	1.316.878	1.820.200	1.922.721	3.028.386	1.105.665	58%	2.430.750	167.636	430.000	-
Prodotti C/Vendite	-	-	-	-	-	0%	-	-	-	-
Prestazioni di servizi	1.042.041	1.531.700	1.610.721	2.598.386	987.665	61%	2.430.750	167.636	-	-
Analisi, incarichi, attività e ricerche laboratorio	267.804	288.500	312.000	430.000	118.000	38%	-	-	430.000	-
Rimanenze finali magazzino	7.034	-	-	-	-	0%	-	-	-	-
2) Altri proventi o rimborsi	46.741	500	14.641	-	- 14.641	-100%	-	-	-	-
Ricavi e Proventi Vari	46.741	500	14.641	-	- 14.641	-100%	-	-	-	-
3) Contributi da organismi comunitari	243.800	230.893	178.835	202.089	23.254	13%	202.089	-	-	-
4) Contributi regionali o da altri enti	210.199	329.911	175.787	100.000	- 75.787	-43%	-	-	100.000	-
Progetti Regione e altri Enti Pub	210.199	207.616	143.000	100.000	- 43.000	-30%	-	-	100.000	-
Progetti da Sistema Camerale	-	122.295	32.787	-	- 32.787	-100%	-	-	-	-
5) Altri contributi	-	-	-	-	-	0%	-	-	-	-
TOTALE RICAVI PROPRI	1.817.619	2.381.504	2.291.984	3.330.475	1.038.491	45%	2.632.839	167.636	530.000	-
6) Contributo della CCIAA in c/esercizio	2.762.500	2.858.000	2.658.000	1.500.000	- 1.158.000	-44%	-	-	-	-
Contributo CCIAA per l'attività istituzionale	2.762.500	2.676.000	2.416.000	1.500.000	- 916.000	-38%	-	-	-	-
Contributo CCIAA per attività delegate	-	182.000	242.000	-	- 242.000	-100%	-	-	-	-
<i>Contributo CCIAA a c/Impianti</i>	-	-	200.000	-	- 200.000	-100%	-	-	-	-
Totale ricavi ordinari (A)	4.580.119	5.239.504	4.949.984	4.830.475	- 119.509	-2%	2.632.839	167.636	530.000	-

VOCI DI COSTO/RICAVO	VALORI COMPLESSIVI		VALORI COMPLESSIVI		Differenza su prev.chiusura		QUADRO DI DESTINAZIONE PROGRAMMATICA DELLE RISORSE			
	CONSUNTIVO 2013	PREVENTIVO ANNO 2014	PREVISIONE DI CHIUSURA AL 31-12-2014	PREVENTIVO ANNO 2015	valore assoluto	valore %	INTERNAZ. NE	FINANZA	LABORATORIO CHIMICO	SERVIZI INTERNI
7) Organi istituzionali	18.060	22.030	17.187	17.190	3	0%	-	-	-	17.190
8) Personale	2.024.482	2.120.314	1.981.407	2.044.556	63.149	3%	765.157	108.833	418.284	752.281
Retribuzioni	1.453.093	1.552.889	1.427.484	1.475.126	47.643	3%	557.307	79.015	302.121	536.683
Oneri Previdenziali	448.893	448.879	439.881	455.007	15.126	3%	166.793	23.687	90.582	173.945
Oneri Inail	10.198	9.378	8.659	9.822	1.163	13%	3.052	399	3.661	2.710
Accantonamento T.F.R.	104.854	109.167	102.820	104.601	1.781	2%	38.005	5.732	21.920	38.943
Indennità Fine Rapp.esercizio in corso	5.383	-	1.093	-	- 1.093	-100%	-	-	-	-
TFR Fondi Previdenza Integrativa	2.062	-	1.470	-	- 1.470	-100%	-	-	-	-
Altri costi del personale	-	-	-	-	-	0%	-	-	-	-
9) Funzionamento	502.021	580.500	549.037	526.290	- 22.747	-4%	22.100	2.400	20.000	481.790
Prestazioni di servizi	418.446	494.800	464.837	441.190	- 23.647	-5%	22.100	2.400	20.000	396.690
Spese di manutenzione	41.951	45.000	44.000	44.800	800	2%	-	-	-	44.800
Altri oneri di gestione	41.624	40.700	40.200	40.300	100	0%	-	-	-	40.300
10) Ammortamenti e accantonamenti	218.958	122.970	152.970	110.000	- 42.970	-28%	-	-	-	110.000
Ammort.immobilizz. Immateriali	14.427	20.000	25.000	25.000	-	0%	-	-	-	25.000
Ammort.immobilizz. Materiali	43.272	50.000	55.000	45.000	- 10.000	-18%	-	-	-	45.000
Svalutazione crediti	161.258	42.970	62.970	30.000	- 32.970	-52%	-	-	-	30.000
Fondi spese future	-	10.000	10.000	10.000	-	0%	-	-	-	10.000
Totale costi di struttura (B)	2.763.520	2.845.814	2.700.601	2.698.035	- 2.565	0%	787.257	111.233	438.284	1.361.261

VOCI DI COSTO/RICAVO	VALORI COMPLESSIVI		VALORI COMPLESSIVI		Differenza su prev.chiusura		QUADRO DI DESTINAZIONE PROGRAMMATICA DELLE RISOR			
	CONSUNTIVO 2013	PREVENTIVO ANNO 2014	PREVISIONE DI CHIUSURA AL 31-12-2014	PREVENTIVO ANNO 2015	valore assoluto	valore %	INTERNAZ.NE	FINANZA	LABORATORIO CHIMICO	SERVIZI INTERNI

C) COSTI ISTITUZIONALI

11) Spese per progetti e iniziative	1.664.380	2.245.490	2.142.894	2.017.440	- 125.454	-6%	1.864.840	4.600	146.000	2.000
Materie Prime	44.080	64.516	47.000	47.000	-	0%	-	-	47.000	-
Rimanenze Iniziali di Magazzino	6.714	-	-	-	-	0%	-	-	-	-
Servizi Commerciali	1.579.003	2.089.074	2.044.768	1.906.240	- 138.528	-7%	1.804.840	4.600	96.800	-
Spese per missioni	33.796	86.700	36.177	52.900	16.723	46%	50.000	-	1.400	1.500
Spese per trasporti e dazi	788	5.200	14.949	11.300	- 3.649	-24%	10.000	-	800	500
totale costi di struttura+costi istituzionali (B+C)	4.427.900	5.091.304	4.843.494	4.715.475	- 128.019	-3%	2.652.097	115.833	584.284	1.363.261
RISULTATO GESTIONE CORRENTE (A-B-C)	152.218	148.200	106.490	115.000	8.510	8%	- 19.258	51.803	- 54.284	- 1.363.261

D) GESTIONE FINANZIARIA

12) Proventi finanziari	4.842	1.500	2.000	1.500	- 500	-25%	-	-	-	1.500
13) Oneri finanziari	4.641	1.500	2.500	1.500	- 1.000	-40%	-	-	-	1.500
Risultato della gestione finanziaria	201	-	- 500	-	500	-100%	-	-	-	-

E) GESTIONE STRAORDINARIA

14) Proventi straordinari	45.136	1	16.306	1	- 16.305	-100%	-	-	-	1
15) Oneri straordinari	23.193	1	2.296	1	- 2.295	-100%	-	-	-	1
Risultato della gestione straordinaria	21.943	-	14.010	-	- 14.010	-100%	-	-	-	-
AVANZO/DISAVANZO ECONOMICO D'ESERCIZIO	174.362	148.200	120.000	115.000	- 5.000	-4%	- 19.258	51.803	- 54.284	- 1.363.261

VOCI DI COSTO/RICAVO	VALORI COMPLESSIVI		VALORI COMPLESSIVI		Differenza su prev.chiusura		QUADRO DI DESTINAZIONE PROGRAMMATICA DELLE RISORSE			
	CONSUNTIVO 2013	PREVENTIVO ANNO 2014	PREVISIONE DI CHIUSURA AL 31-12-2014	PREVENTIVO ANNO 2015	valore assoluto	valore %	INTERNAZ. NE	FINANZA	LABORATORIO CHIMICO	SERVIZI INTERNI
Imposte sul reddito dell'esercizio	165.322	148.200	120.000	115.000	- 5.000	-4%	-	-	-	115.000
IRAP	65.356	75.000	50.000	50.000	-	0%	-	-	-	50.000
IRES	99.966	73.200	70.000	65.000	- 5.000	-7%	-	-	-	65.000
DISAV./AVANZO DELL'ESERC. DOPO LE IMPOSTE	9.040	0	0	0	- 0	-307%	- 19.258	51.803	- 54.284	- 1.478.261

Preventivo Economico 2015

Relazione illustrativa del Presidente al Preventivo Economico 2015

(previsto dall'art. 67, 2 comma, del DPR 2/11/2005, n. 254)

(allegato 4)

RELAZIONE ILLUSTRATIVA DEL PRESIDENTE AL PREVENTIVO ECONOMICO 2015

(ARTICOLO 67 DEL DPR 2 novembre 2005, n. 254)

ORIENTAMENTI STRATEGICI PER LA PREVISIONE 2015

1. Premessa

I provvedimenti normativi nazionali (D.I. 24 giugno 2014, n. 90, convertito in legge 11 agosto 2014, n. 114) hanno previsto uno scenario per le Camere di Commercio che implica nei prossimi tre anni la **riduzione progressiva del Diritto annuale**, e precisamente una **diminuzione pari al 35% per il 2015, al 40% nel 2016 per raggiungere il 50% nel 2017**. Il mutevole contesto normativo che investe le Camere di Commercio (vedere punto 2), e che prevede il **taglio del diritto annuale**, va ovviamente ad **impattare anche sulle risorse disponibili per l'Azienda Speciale**.

Di conseguenza le linee direttrici programmatiche della Camera di Commercio, definite nella seduta di Giunta del 29 ottobre 2014, hanno programmato risorse per l'Azienda Speciale nella misura di € 1.500.000.

Il contributo camerale preventivato negli anni dalla costituzione ad oggi ha avuto il seguente andamento:

	Consuntivo 2012	Bilancio preventivo 2013	Consuntivo 2013	Bilancio preventivo 2014	Bilancio preventivo 2015
Contributo per realizzazione Piano Attività	2.782.747,00	2.851.000,00	2.582.500,00	2.676.000,00	1.500.000,00
Contributo per progetti delegati	354.127,00	302.000,00	180.000,00	182.000,00	-
TOTALE CONTRIBUTO	3.136.874,00	3.153.000,00	2.762.500,00	2.858.000,00	1.500.000,00

Il prospetto evidenzia la costante tendenza da parte dell'Azienda di utilizzare le risorse attribuite dalla Camera operando risparmi di gestione. Per il 2015 il trasferimento camerale registra una forte diminuzione rispetto sia al preventivo sia alla previsione di chiusura dell'anno 2014. Durante l'esercizio saranno costantemente monitorati gli andamenti dei costi e dei ricavi propri al fine di consentire le necessarie azioni correttive a fronte di eventuali scostamenti.

Il bilancio di previsione 2014, approvato dai competenti organi camerali, (comprensivo di tutti i costi: personale, indiretti e diretti) prevedeva un trasferimento camerale, a fronte del piano di attività 2014, pari a € 2.858.000 e si riferiva a € 2.676.000 per la realizzazione del Piano Attività 2014 proprio e per € 182.000, come sopra accennato, alla realizzazione delle iniziative assegnate dalla Camera e precisamente:

1) Buy Tourism Online: € 80.000

2) Great Wine Capitals , comprensivo del portale Florence Wine e FlorenceOliveoil: € 37.000

3) Momenti di Toscana: € 50.000

4) Consorzio Intercamerale per l'Internazionalizzazione – Oneri per la partecipazione alle riunioni degli organi del Consorzio: € 15.000.

Nel corso dell'anno PromoFirenze è stata inoltre delegata per lo sviluppo delle attività operative per EXPO 2015 con delibera n. 171 del 29/09/2014 con un trasferimento finalizzato di € 65.228, di quelle del progetto "Reti D'impresa" inerenti l'Accordo Mise/Unioncamere 2013 delegate con Determinazione del Dirigente n. 93 del 17/02/2014, con un trasferimento finalizzato di € 40.000, e di quelle del progetto "Costruzione rete di impresa operanti nella filiera agro alimentare" delegate con Determinazione del Dirigente n. 94 del 17/02/2014, con un trasferimento finalizzato di € 20.000. Tali trasferimenti saranno attivati ove non dovesse risultare capiente lo stanziamento in conto esercizio summenzionato.

Il preventivo 2015 evidenzia un contributo camerale per lo svolgimento del piano attività 2015 proprio dell'Azienda pari a € 1.500.000.

Come è noto il bilancio di previsione ha natura economica a norma degli articoli 66 e 67 del DPR 2 novembre 2005, n. 254 "Regolamento per la disciplina della gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di commercio".

Con riferimento al "piano attività 2015" (allegato n. 5) si ricorda che essendo redatto, oltre che per valori complessivi, per singole Divisioni promozionali, esso costituisce il budget delle risorse assegnato alle divisioni stesse per la realizzazione delle proprie attività programmate.

2. Scenario di riferimento

Nel 2015 si prevede un contesto internazionale ancora debole. Il principale aspetto di incertezza riguarda la profondità e la lunghezza della fase recessiva che sta interessando i principali paesi europei. Possono essere distinti due gruppi di paesi: 1) quelli caratterizzati da economie in difficoltà marcata; 2) quelli che pur facendo registrare segnali positivi subiranno una frenata del ritmo di crescita della loro economia. È evidente che questa dinamica condizionerà il risultato della Toscana e della nostra provincia, considerando che circa il 50% dell'export regionale ed il 30% di quello provinciale è indirizzato proprio alle economie UE/Euro.

Tuttavia il 2015 dovrebbe rappresentare l'atteso momento di transizione tra la fine della fase recessiva e l'inizio di una nuova fase di crescita che, seppur in modo contenuto, si dovrebbe manifestare pienamente nel 2016. Il Pil regionale dovrebbe arrestare la sua caduta nel 2015 e tornare a crescere dello 0,7% nel 2016 (si stima la crescita del dato nazionale attorno all'1,0%). È evidente che si tratta di un risultato modesto e caratterizzato da un forte profilo di incertezza legato alle vicende richiamate in precedenza in merito al contesto internazionale. I tassi di crescita che ci si attende non sono in grado di far recuperare, se non in piccola parte, il terreno perduto in precedenza.

Per quanto riguarda l'economia fiorentina nell'esercizio 2015 dovrebbe far registrare una graduale ripresa (+0,4) anche se il PIL locale, a seguito della perdurante debolezza della domanda interna, crescerà in misura inferiore all'1%. E' atteso un andamento positivo ma cedente per le esportazioni (+5,2%), probabilmente a seguito di un rialzo dei deflatori internazionali; si tratta comunque di una dinamica sostenuta ed in grado di fornire un buon apporto alla crescita complessiva, riuscendo anche a sostenere il recupero delle importazioni (+4,3%). Le esportazioni nette sono state l'unico baluardo in grado di respingere gli effetti più negativi della fase recessiva ancora in atto.

In questo contesto la riorganizzazione a livello regionale degli organismi territoriali dedicati allo sviluppo economico potrebbe migliorare l'efficienza, l'efficacia e l'economicità dell'azione promozionale a favore delle PMI contribuendo ad accelerare la ripresa che si intravede all'orizzonte.

In attesa che i tempi siano maturi per procedere a livello regionale, non è da escludere che a breve si debba procedere anche ad una riorganizzazione interna, di attività e personale, che consenta all'azienda di pareggiare il divario tra costi di struttura complessivi e ricavi propri al fine di mettersi al riparo da eventuali forzate riduzioni del contributo camerale.¹

3. Raccordo con le politiche comunitarie, nazionali e regionali

Il summenzionato intervento governativo sui mezzi di autofinanziamento del sistema camerale ha determinato una situazione fluida di fronte alla quale ancora oggi il sistema non ha individuato delle soluzioni e/o strategie condivise né a livello nazionale né a livello locale. Ciò non ha consentito di concertare, come avveniva in precedenza, il programma delle azioni da svolgere nell'esercizio 2015, risultando, alla data di redazione del presente documento, la ripresa di relazioni bilaterali (e non anche sistemiche) riguardanti potenziali singoli progetti e/o servizi. In precedenza il Piano era definito tenendo in considerazione gli orientamenti e le indicazioni di Ministeri, associazioni ed enti locali impegnati nel governo dell'economia.

Diversamente dalle modalità seguite per i precedenti esercizi, che prevedevano la predisposizione di un piano coerente con le istanze del territorio per sostenerne lo sviluppo, Il Consiglio di Amministrazione di PromoFirenze, nel definire il programma di attività 2015, ha tenuto in considerazione, in via prioritaria, le linee programmatiche contenute nel Programma Pluriennale 2015-2019 definito dalla Giunta camerale con delibera n. 184 del 17/10/2014 ed approvata dal Consiglio camerale con delibera n. 14 del 29/10/2014.

Naturalmente anche per il 2015 le scelte strategiche dell'Azienda Speciale PromoFirenze tengono conto delle linee di programmazione comunitaria ed in particolare di quella denominata "Europa 2020". Si ricorda che con tale strategia l'Unione Europea intende sostenere la competitività delle piccole e medie imprese, favorire il rilancio strutturale dell'economia, agevolare la cooperazione locale tra le PMI e le università, centri di ricerca e imprese, nonché rafforzare la cooperazione transnazionale tra settori a valore aggiunto.

Il grado di successo del Piano attività 2015 dipenderà molto dagli esiti dei costituendi rapporti tra la Camera e l'ente nazionale impegnato nel supporto all'internazionalizzazione del Sistema Italia, tra la Camera e il sistema regionale degli enti locali, delle altre camere e del mondo dell'associazionismo d'impresa. Dal canto suo l'Azienda dovrà produrre i massimi sforzi per affrontare un cambiamento radicale delle proprie modalità operative, abbandonando il supporto alle imprese pre-competitivo per misurarsi sul mercato al pari degli attori commerciali. Risultano ancora da chiarire l'esistenza di un vero e proprio mercato di riferimento per i servizi programmati, e gli investimenti necessari alla riconversione per poter affrontare la suddetta competizione con risultati positivi.

¹ Fonti: Mise, Unioncamere, ICE, IRPET

4. Internazionalizzazione e Sviluppo di Impresa 2015

Premessa fondamentale alla relazione sul piano 2015 delle attività in oggetto, è il completo mutamento di prospettiva sollecitato dalla Camera di Commercio in merito alla necessità dell'Azienda di coprire, progressivamente, in un arco di 3 anni, i propri costi, fino all'abbattimento completo del contributo. Tale cambio di approccio riveste un'importanza centrale nella disamina delle strategie e le dinamiche del prossimo esercizio.

È possibile affermare subito che da quanto appena detto discende che la Divisione dovrà concentrare i propri sforzi e le risorse assegnate dalla Camera su iniziative e servizi che siano capaci di generare non solo la copertura dei costi esterni, ma anche remunerare il costo del personale ed i costi di funzionamento.

Ogni singola tipologia di attività è stata immaginata con lo scopo di poter raggiungere l'obiettivo di massimizzare i ricavi, sempre nel settore della facilitazione dell'accesso delle PMI sui mercati internazionali.

In merito alle attività del Consorzio per l'Internazionalizzazione, esperienza nata da due anni e che prevedeva la gestione congiunta di circa 10 desk esteri, nonché di un programma promozionale unico, anche a causa delle note modifiche alla legislazione nazionale che porteranno alla riduzione del diritto fisso, le Camere partecipanti, e tra di loro la Camera di Firenze, stanno valutando di chiudere tale esperienza già dal prossimo dicembre 2014. La prima conseguenza sarà quindi il mancato accesso ai relativi desk esteri (Mosca, Mumbai, Casablanca, Doha, Dubai, S.Paulo, Istanbul, Shanghai). Con il 2014 si conclude quindi una fase durata oltre 14 anni in cui PromoFirenze ha sempre potuto contare su diversi desk esteri, veri e propri presidi a servizio delle aziende del territorio fiorentino. L'Azienda, non avendo propri referenti sui mercati esteri, dovrà procedere ad acquistare i servizi (consulenze per le imprese, organizzazione attività missioni, ricerca nominativi, ecc.) allo scopo di poter realizzare le attività destinate alle imprese ed alle istituzioni clienti.

A margine di tale osservazione, ed a completamento del quadro nell'ambito del quale è stato definito il Piano, vi è anche l'uscita di Unioncamere nazionale e di Unioncamere Toscana rispettivamente dall'attività di supporto diretto alle iniziative di PromoFirenze ed al sostegno alle Camere toscane nei loro progetti realizzati con l'utilizzo dei desk esteri del Consorzio.

Per quanto appena premesso si proverà a fare tutti gli sforzi per fornire servizi per la crescita delle imprese del territorio.

Le attività che sono state programmate rientrano quindi nel quadro suddetto e solo parzialmente ricalcano le metodologie che le hanno caratterizzate in passato. Le relative possibilità di successo potranno essere verificate solo in corso d'opera.

Il progetto ICE

Da molteplici fonti è emerso che la volontà del Governo sia di puntare decisamente sul rilancio di ICE come veicolo per la promozione del Made in Italy nel mondo. ICE, che dopo la riforma lampo del 2012 ha cambiato denominazione (ITA) ed approccio al mercato, conta su uffici esteri in tutto il mondo e sulla sede centrale di Roma e l'ufficio di Milano.

A seguito della suindicata riforma, ICE non dispone più di sedi decentrate. Anche Firenze e la Toscana hanno perso gli uffici locali ormai da tempo. In questo contesto si immagina di proporre PromoFirenze quale soggetto sussidiario sul territorio proprio al fine di colmare la distanza tra le imprese ivi presenti e i programmi ed i servizi dell'Agenzia. Peraltro tali servizi potrebbero essere facilitati e/o gestiti direttamente da PromoFirenze.

Con l'obiettivo di avviare un rapporto di collaborazione è stato presentato ad ICE, lo scorso ottobre, l'ipotesi di un accordo quadro con finalità esclusivamente operative. L'Azienda si propone quindi come braccio operativo per la realizzazione, anche a logo ICE-ITA, di azioni a favore delle imprese dei diversi distretti che caratterizzano la nostra Regione e non solo la provincia di Firenze. Il rapporto dovrebbe però basarsi su ICE-ITA inteso come Ente che sposa le iniziative ideate da PromoFirenze, individuando la stessa Azienda come fornitore di servizi sul territorio.

L'accordo quadro dovrebbe prevedere un consistente impegno economico nonché la disponibilità degli uffici esteri da parte di ICE-ITA su almeno 10 progetti costruiti per altrettanti cluster toscani. L'accordo potrebbe

anche vedere l'Azienda come promotore degli uffici esteri di ICE-ITA, segnalati sul sito come (anche) nostri desk. I funzionari di PromoFirenze avrebbero il compito di stabilire contatti continui coi funzionari di ICE-ITA all'estero.

I progetti prevedono un format standard (seminario paese sul territorio, missione commerciale, incoming, azioni a corollario, analisi di soddisfazione dell'azienda), modificabile sulla base delle esigenze contingenti, ma è ipotizzabile che nella fase di condivisione del piano potranno esserci modifiche o integrazioni. Come noto, i distretti in Toscana sono molteplici e con molti di questi l'Azienda ha avuto a che fare nel corso degli anni.

Di seguito un elenco sui distretti sui quali l'Azienda potrebbe attivare i propri servizi di consulenza (l'elenco non è esaustivo.):

- Massa Carrara (marmo, macchinari per cave),
- Lucca (cartario e nautica),
- Pistoia (florovivaismo, mobile),
- Prato (tessile e abbigliamento),
- Arezzo (oro),
- Pisa (mobile, conciario, calzature)
- Firenze (pelletteria, calzature, ceramica di Montelupo, artigianato connesso al restauro)
- Siena (vetro e mobile).

Esistono poi settori che come abbiamo detto caratterizzano più Province:

- Vino, Olio, prodotti agroalimentari tipici,
- Polo Farmaceutico Toscano,
- Abbigliamento e calzature.

Come si può intuire il progetto è molto ambizioso, anche sotto l'aspetto del budget e potrebbe, se accettato e realizzato, costituire una importante risorsa per l'Azienda.

Le Fiere

Le manifestazioni fieristiche sono un veicolo di promozione che resta fondamentale per le imprese. Mentre in passato PromoFirenze aveva la possibilità di offrire un abbattimento dei costi per le aziende fiorentine, la strada che l'Azienda cercherà di percorrere a partire dal prossimo anno sarà quella di ottenere una riduzione di costi direttamente dagli Enti Fiera, a fronte del coinvolgimento di consistenti numeri di aziende. Tale sconto potrà essere ripartito parzialmente sulle aziende, che in tal modo potranno avere comunque convenienza a partecipare rispetto alla partecipazione autonoma e restando, parzialmente, in capo a PromoFirenze stessa, che in tale maniera potrà tentare di coprire i costi delle risorse interessate da questa tipologia di servizi.

Uno degli obiettivi per il futuro sarà di ampliare la copertura geografica, andando oltre il territorio provinciale fiorentino, allo scopo di aumentare al massimo la visibilità di PromoFirenze, ottenendo ancora maggiori economie di scala, fino ad ipotizzare nel medio periodo l'assunzione di un ruolo di commerciale esclusivo per un determinato territorio.

Operativamente la nuova metodologia di approccio alle Fiere passa attraverso il contatto con i principali Enti Fiera, soggetti con cui l'Azienda dialoga validamente da lungo tempo, per contrattare le condizioni migliori per poter offrire una riduzione alle aziende e, come già detto, contemporaneamente poter ottenere una marginalità positiva.

Gli Enti interessati sono: Messe Frankfurt (per le Fiere Automechanika – India; Leather World – Dubai), Coreexpo (IQ – Qatar arredamento), Reed Exhibition (Fiere sulla meccanica per costruzioni, agricoltura, ecc.), EMI Ente Moda Italia (Fiere in USA e America Latina), Fiera Milano International (HOMI Russia ed altre), Fiera di Vicenza (JCK Gioielleria Las Vegas, Dubai, ecc.), Federlegno Arredo Eventi (nato dall'unione di unione di Federlegno e Cosmit).

Un passaggio ulteriore potrà essere quello di offrire alle aziende servizi aggiuntivi, quali la partecipazione ad una collettiva (ossia con l'adesione ad uno stand preallestito) e la spedizione in groupage delle merci in esposizione. Tali elementi potrebbero ampliare i risultati economici previsti per la sola vendita degli spazi.

Rispetto alla modalità adottata fino a tutto il 2014 si tratta di un cambiamento forte, ma per le imprese, comunque, permane il vantaggio che, partecipando tramite PromoFirenze, esse potranno ottenere un prezzo ancora vantaggioso, unito al consueto supporto che l'Azienda può offrire.

Gli Incoming ed i servizi per le Associazioni ed i Consorzi

Si tratta di una tipologia di iniziative in cui PromoFirenze può mettere a disposizione la propria esperienza, la propria rete di contatti e le proprie risorse umane per strutturare attività promozionali a favore anche di soggetti esterni, ovvero altre Camere di Commercio, Associazioni di categoria e Consorzi.

Gli **incoming** sono eventi che nel corso degli ultimi anni si sono sempre più affermati, e non solo sul territorio di Firenze. Si tratta in sostanza di selezionare ed invitare operatori commerciali esteri ed organizzare incontri diretti con aziende italiane. PromoFirenze è stato tra i primi soggetti del sistema delle promozione internazionale a recepire l'istanza delle imprese che, vista la profonda crisi, incontrano sempre maggiori difficoltà a spostarsi fisicamente sui mercati esteri e per questo modificano i propri investimenti promozionali riducendo altre attività in favore proprio degli incoming. Anche gli Incoming, come tutte le attività dell'Azienda peraltro, venivano erogati in passato dietro corresponsione di una quota di adesione da parte dei partecipanti. Tali quote però non sono mai state in grado di coprire tutti i costi del progetto (costi esterni, del personale ed indiretti). Il mandato della Camera infatti era quello di sostenere le imprese che aderivano alle diverse iniziative.

D'altra parte, in coerenza con la nuova impostazione aziendale, è ipotizzabile un aumento *tout court* della quota di adesione, cosa che però potrebbe determinare una consistente riduzione delle imprese partecipanti. Tra le varie tipologie di incoming, gli unici che vedono una copertura sia dei costi esterni (viaggio ed alloggio buyer esteri, transfer, interpretariato, sale, ecc.) che dei costi del personale ed indiretti di PromoFirenze, sono quelli erogati nei confronti di clienti esterni, segnatamente Camere di Commercio, ai quali l'Azienda offre un servizio completo di programmazione iniziale (proposta su settori e Paesi di interesse del cliente), realizzazione dell'iniziativa (individuazione buyer esteri, acquisto pacchetti viaggi, accomodation sul territorio del cliente, organizzazione incontri, agendamento, logistica, assistenza in loco, ecc.), lasciando al cliente unicamente il compito di stanziare l'ammontare e promuovere l'iniziativa. Tali modalità si sono realizzate anche nel 2014 con buoni risultati.

Per quanto riguarda gli incoming del settore TURISMO, viene effettuata un'unica programmazione all'inizio del periodo per coprire tutte le richieste degli operatori del settore, distribuendole su più eventi. Le strutture turistico-ricettive possono scegliere se partecipare a uno o più eventi. I costi esterni di tale tipologia di incoming sono sensibilmente minori rispetto alla normale tipologia perché non è necessario ricorrere a interpreti e l'accomodation è spesso garantita dalle aziende partecipanti.

Nel 2015 il piano prevede quindi la realizzazione di 8 incoming per soggetti aggregatori, individuabili, ad esempio, nelle categorie dei Consorzi Export, Associazioni datoriali e 5 incoming del settore turismo.

Oltre agli incoming potranno essere proposte iniziative business quali **missioni** o **giornate paese** ai medesimi soggetti di cui sopra, ipotizzando congiuntamente col cliente i settori, i paesi, e tutte le modalità di svolgimento delle stesse.

I progetti sulla GDO

Nel corso degli ultimi anni PromoFirenze ha attivato contatti con catene di Grande Distribuzione estera con lo scopo di promuovere i prodotti delle Piccole e Medie imprese toscane. Si ricordano a tal proposito accordi stipulati con i Grandi Magazzini giapponesi Takashimaya e Mitshukoshi, nonché più recentemente con la catena thailandese BIG C.

Nella precedente impostazione di progetto il lavoro principale consisteva nel selezionare le aziende ritenute maggiormente interessanti, sulla base delle indicazioni dei responsabili acquisti della GDO, e facilitare il contatto diretto tra domanda ed offerta. I prodotti poi venivano acquisiti in conto vendita in alcuni magazzini giapponesi per saggiarne la risposta dei consumatori. Se il prodotto risultava interessante per il consumatore locale poteva generarsi un rapporto commerciale continuativo.

Oggi, con la nuova impostazione finalizzata a rendere reddituale anche questa attività, l'Azienda dovrà operare in direzione di assumere un ruolo decisamente più penetrante: creare un "paniere" di prodotti tipici della nostra Regione, inserendosi direttamente nella trattativa commerciale con la GDO.

La strada della redditività in questo particolare ambito è percorribile solo se l'Azienda riuscirà ad essere considerata come un'opportunità sia per le aziende che per la GDO stessa.

Le ipotesi per il 2015 prevedono di avviare una o due operazioni con piccole catene nazionali, allo scopo di proporre un paniere di prodotti di altissima gamma con la possibilità di avere un ritorno economico dai volumi venduti. Il 2015 sarà un anno di test per questa tipologia di attività, allo scopo di comprendere se si tratta di un canale da sfruttare per poter ottenere risultati più ampi in futuro.

I Grandi Eventi a Firenze e all'estero

Tra le necessità che manifesta in maniera costante il territorio in cui si muove PromoFirenze, vi è quello incrementare le opportunità di attrazione di operatori economici. Per raggiungere questo obiettivo, e contemporaneamente dare a PromoFirenze la possibilità di vendere i propri servizi e incrementare la propria visibilità, una delle strade percorribili è quella di proporre eventi collettivi di medio-grandi dimensioni su tematiche innovative e di crescente interesse.

Si tratta sostanzialmente di lanciare nuove tematiche di potenziale interesse per il territorio che possano tradursi già nel 2015 in eventi di portata ancora modesta, per trasformarsi rapidamente in eventi di forte visibilità ed essere riconosciuti come appuntamenti centrali al livello nazionale.

Due temi, ma altri potrebbero essere individuati, potrebbero essere molto interessanti:

Il primo di questi è il TEMA DEI WEDDING PLANNER. Si potrebbe organizzare un evento a Firenze che interesserebbe gli operatori italiani ed esteri di questo settore, offrendo loro uno spazio espositivo, una serie di servizi di matching tra questi e le realtà che operano nel settore, ossia le strutture ricettive, i tour operator, le società di catering, le società di comunicazione, le società di trasporti, i fotografi, ecc.

Altro tema interessante è quello dello SHOPPING ONLINE: non esiste una fiera che possa offrire alle aziende interessate (società di software, società di comunicazione, servizi tecnici, servizi internet, sistema bancario, ecc.) sia spazi espositivi che momenti di tipo convegnistico. Far partire un modello di questo tipo a Firenze, magari sfruttando la popolarità della stessa BTO, potrebbe portare a risultati positivi in termini economici e di visibilità.

(L'Unità operativa si occuperà, attraverso azioni mirate di marketing turistico, anche di valorizzare l'offerta turistica dell'area metropolitana. Ciò avverrà con la realizzazione di iniziative di incoming, come indicato sopra, di eventi di immagine all'estero ("Momenti di Toscana") e con la partecipazione a fiere di settore.)

I servizi SAS e TEM

Il Piano attività 2015 della Divisione intende potenziare anche i c.d. Servizi di Assistenza Specialistica, il cui fatturato, a causa del perdurare del momento congiunturale negativo, ha subito un calo nell'ultimo anno. Anche per tali servizi, se si vuole aumentarne la conoscenza e la diffusione, la via dell'internazionalizzazione appare un percorso obbligato. Si è quindi predisposto un programma, provinciale e regionale, di visite presso le aziende, con lo scopo di far conoscere alle stesse quei servizi offerti da PromoFirenze utili per la selezione del mercato estero sul quale andare a collocare i prodotti o ricercare le opportunità di sviluppo dei rapporti commerciali o industriali.

I Servizi di Assistenza Specialistica (SAS) vengono proposti ad aziende singole o a raggruppamenti di queste. Tali servizi si articolano in varie fasi la prima delle quali, a seguito di approfondimenti operati dalla struttura, consente di comprendere se esiste un'effettiva opportunità di penetrazione commerciale in una determinata area geoeconomica. Il passo successivo è quello di condividere con l'azienda/cliente il percorso previsto dal servizio stesso, allo scopo di poter contare sulla sua completa condivisione. Viene quindi proposta un'offerta che descrive le varie fasi in cui si articola il servizio e che rappresenta, una volta accettata, il vincolo contrattuale con l'azienda.

A conclusione dell'erogazione del servizio, che di solito consiste nella ricerca di controparti commerciali o industriali, o anche nella risoluzione di problematiche specifiche connesse ad un determinato Paese (aspetti contrattuali, economici, doganali, legali, certificativi, ecc.), l'impresa viene monitorata, sia nell'immediato,

allo scopo di verificarne la soddisfazione percepita, sia in un secondo momento, dopo un periodo di 3-6 mesi, allo scopo di comprendere se sono stati conclusi eventuali accordi con controparti estere.

Ancora una volta, il cambio di approccio richiesto all'azienda, unitamente al taglio dei desk esteri comporterà una redditività non particolarmente evidente: a questo scopo si è affiancato al presente servizio anche la possibilità di svolgere l'attività di Temporary Export Manager (TEM) per conto dell'impresa, subentrando alle risorse umane dell'azienda cliente e coprendo l'attività di supporto all'export direttamente per conto del cliente.

La Divisione continuerà a sviluppare il Progetto America Latina, anche se senza il supporto economico di Unioncamere Toscana quale catalizzatore di istituzioni camerali, imprese e consorzi orientati a espandersi nel mercato centro - sudamericano. Il programma prevede l'attivazione di servizi di assistenza specialistica, missioni in outgoing ed incoming con b2b, ricerche partner e l'aggiornamento costante del portale www.progettoamericalatina.it.

La rete Enterprise Europe Network (EEN) ed i progetti cofinanziati

Nel 2014 si è concluso il ciclo settennale che ha visto PromoFirenze coordinare 15 partner localizzati in 5 Regioni del Centro Italia nel raggruppamento denominato "CINEMA" della rete Enterprise Europe Network (EEN)². In previsione del prossimo quinquennio 2015-2020 la Commissione ha richiesto di presentare proposte di nuovi raggruppamenti di soggetti EEN, con caratteristiche diverse rispetto al passato. PromoFirenze si è quindi attivata per costruire una cordata più agile (soggetti solo di 3 regioni) ed ha presentato una proposta per un nuovo raggruppamento che sarà denominato "SME2EU". In ottobre la Commissione ha comunicato l'esito positivo della valutazione della proposta.

In dettaglio si realizzeranno a favore delle PMI nel 2015 le sotto indicate attività che potranno essere incrementate in caso di acquisizione di ulteriori importi di budget, in corso di definizione con la Commissione europea:

- 1) Disseminazione di informazioni sulle normative, politiche, programmi UE tramite la risposta a circa 15 quesiti e l'organizzazione di 8 eventi che si incentreranno sulle priorità stabilite per la rete Enterprise Europe Network;
- 2) Misurazione dell'impatto della legislazione europea sulle PMI al fine di coinvolgerle maggiormente nel processo legislativo europeo attraverso la realizzazione di consultazioni con il coinvolgimento di circa 13 imprese;
- 3) Raccolta di problematiche riscontrate dalle PMI che operano nel Mercato Unico (Feedback Mechanism);
- 4) Ricerca partner in altri paesi europei per le imprese desiderose di ampliare la loro attività all'estero utilizzando il Partnering Opportunities Database (POD) della rete Enterprise Europe Network: è prevista la gestione di 25 profili di cooperazione toscani; 50 profili esteri e di ricerca da disseminare; gestione di 55 manifestazioni di interesse da parte di imprese estere su profili di imprese toscane e manifestazioni di interesse da parte di imprese toscane su profili di imprese estere;

² Enterprise Europe Network (EEN) è la rete europea della Direzione Generale (DG) Imprese & Industria della Commissione Europea, cofinanziata nell'ambito del Programma europeo Competitività delle PMI (COSME) adottato per supportare le piccole e medie imprese nel loro processo di internazionalizzazione ed innovazione. La rete EEN si compone di circa 600 organizzazioni (tra cui: Camere di commercio, Enti per lo sviluppo regionale, Centri di ricerca universitari) con circa 4.000 esperti professionisti in oltre 50 Paesi. Siti di riferimento a livello europeo <http://een.ec.europa.eu> e nazionale: <http://www.enterprise-europe-network-italia.eu/>

- 5) Promozione di almeno 3 Enterprise Europe Network Brokerage Event multisettoriali che mirano ad agevolare incontri B2B tra imprese, organizzati dalla rete nazionale e/o internazionale;
- 6) Rilevazione di 5 Partnership Agreement (PA) commerciali e PA sulla ricerca e sviluppo, conclusi tra imprese servite dallo sportello Enterprise Europe Network di PromoFirenze e imprese estere (i PA sono assunti come metro di valutazione della performance degli sportelli Enterprise Europe Network). Inoltre, sarà realizzata un'indagine di impatto economico per le PMI che hanno realizzato i PA;
- 7) Gestione del servizio allerta appalti tramite la piattaforma European Tender Information System (ETIS) che consentirà alle PMI, in base alle proprie attività economiche annotate nello specifico profilo, di partecipare ai bandi di gara d'appalto appositamente selezionati;
- 8) Partecipazione ad attività della rete Enterprise Europe Network: riunioni del Consorzio, riunioni nazionali e internazionali, disseminazioni di buone pratiche e di casi di successo, Working Group.

Per quanto riguarda i progetti cofinanziati, nel corso dell'esercizio si potrà presentare l'opportunità di partecipare ad altri progetti cofinanziati da parte di organismi europei, nazionali e/o regionali quali ad esempio i programmi del Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR), del Fondo Sociale Europeo (FSE), del Ministero Sviluppo Economico, del sistema camerale nazionale e della Regione Toscana.

Tali progetti al momento non sono inseriti nel Piano Attività 2015 della Divisione che effettua costantemente il monitoraggio dei bandi: solo i progetti presentati che verranno cofinanziati rientreranno nel Piano Attività 2015, con il relativo contributo concesso dall'Ente Finanziatore.

Servizio Nuove imprese

Il presente servizio ha l'obiettivo principale di stimolare la nascita di nuove imprese sul territorio locale. Il sostegno agli aspiranti imprenditori si concretizza attraverso un'azione di primo orientamento e tutoraggio. Nell'anno passato si sono registrati circa 800 contatti annui. Circa il 20% dei contatti produce la creazione di una nuova impresa iscritta al Registro delle Imprese della CCIAA di Firenze. Il servizio viene gestito da PromoFirenze per conto della Camera di Commercio.

Il personale dello SNI è parte del team di PromoFirenze che collabora con il personale della CCIAA sul progetto OCP, finalizzato a fornire assistenza alle grandi imprese localizzate del territorio provinciale.

Reti di Impresa

Il sostegno all'attivazione delle **Reti di Impresa** viene effettuato nell'ottica di accrescere, in forma aggregata, la competitività delle imprese sui mercati internazionali e per poter ampliare la gamma di servizi di consulenza alle imprese stesse.

In considerazione delle agevolazioni previste dalla normativa dell'istituto reti di impresa, si intende rafforzare l'attività di promozione di questo importante strumento di aggregazione, strategico per la crescita e l'espansione commerciale delle PMI sui mercati esteri.

L'attività, anche sulla base del protocollo di intesa siglato con le Associazioni di categoria e gli Ordini professionali, procede attraverso le seguenti fasi:

- a) Ricerca delle imprese da mettere in rete (per filiera orizzontale o verticale, per destinazione internazionale, per richiesta di innovazione, etc.);
- b) Redazione del piano di fattibilità;
- c) Assistenza per la stipula del contratto di rete, per la sua pubblicità e per il processo di asseverazione dello stesso.

Formazione

Per il 2015 PromoFirenze, sempre per espandere le proprie opportunità di generare redditività, nonché per favorire il miglioramento della cultura di impresa delle PMI per affrontare, con maggiore possibilità di successo, le fasi di espansione sui mercati internazionali, si propone di aumentare l'attività di formazione. A questo scopo ha già avviato una serie di contatti finalizzati a poter offrire alle imprese un pacchetto di corsi di formazione e master post-universitari su tematiche attinenti la cultura d'impresa e l'internazionalizzazione. Sempre nel corso del 2015 PromoFirenze, anche in forza della certificazione ISO 9001, affronterà il percorso che porterà ad accreditarsi come ente formatore presso la Regione Toscana.

5. Finanza

L'attività dell'UO Finanza è quello di facilitare l'**accesso al credito** delle imprese attraverso il ricorso agli strumenti finanziari, di fonte UE e non, messi a disposizione da ministeri, regioni, camere di commercio etc. La Banca d'Italia, nel bollettino n. 1/2014, riconosce che *".....Il credito alle imprese non ha ancora beneficiato del miglioramento delle condizioni sui mercati finanziari; esso è diminuito in Italia, nei tre mesi terminanti in novembre, di oltre l'8 per cento su base annua e continua a rappresentare un freno alla ripresa. I prestiti risentono della bassa domanda per investimenti e, dal lato dell'offerta, dell'elevato rischio di credito e della pressione della recessione sui bilanci delle banche"*, con un calo in generale più pronunciato nei confronti delle aziende che impiegano meno di 20 addetti.

Aiutare le imprese ad avviare programmi di investimento e consolidamento, ricorrendo ai diversi strumenti finanziari a loro disposizione, è lo scopo principale dell'attività dell'UO finanza. A questo obiettivo sono finalizzati i servizi di informazione, consulenza ed assistenza tecnica svolta nei confronti delle imprese di varie dimensioni ed operanti nei diversi settori economici che quotidianamente si rivolgono a PromoFirenze.

A questo proposito è importante sottolineare che il c.d. decreto del fare³, all'art. 9, ha esortato gli enti, tra cui quelli del sistema camerale, ad intraprendere azioni per accelerare l'utilizzazione dei Fondi Strutturali.

Il concetto è stato ripreso e rafforzato anche dal Ministro per la coesione territoriale che ha definito "un'ottima risposta" la proposta avanzata dal sistema camerale di avere un ruolo più attivo nella programmazione e gestione dei programmi finanziabili con i Fondi 2014 - 2020.

Inoltre, lo stesso sondaggio svolto dalla Camera di Firenze nell'estate del 2014 ha evidenziato come tra i servizi di promozione maggiormente utilizzati dalle imprese vi siano quelli relativi al credito, alla finanza ed alla consulenza.

Il 2015 sarà il primo anno di operatività della programmazione dei fondi UE 2014 – 2020. Si tratta di circa 100 miliardi di €, per tutta Italia, di cui circa 2,5 miliardi di € per la sola Toscana, che saranno a disposizione sia di imprese sia di enti diversi, per sostenere i programmi di sviluppo. A questi si devono aggiungere altre risorse che sono previste di volta in volta dai vari ministeri, Cassa Depositi e Prestiti etc.

L'UO finanza sarà impegnata nell'attività di informazione ed assistenza tecnica per rendere tali fondi maggiormente fruibili da parte delle imprese.

In questo periodo si sta delineando il quadro degli strumenti finanziari che saranno disponibili nel 2015:

- agevolazioni per ricerca, sviluppo, innovazione
- agevolazioni per l'acquisto di beni strumentali
- agevolazioni per l'internazionalizzazione delle imprese
- agevolazioni per l'acquisto di servizi qualificati
- agevolazioni per l'imprenditoria giovanile e femminile
- agevolazioni per le imprese del turismo e del commercio

.....

³ DL 21 giugno 2013, n. 69 "Disposizioni urgenti per il rilancio dell'economia", convertito, con modificazioni, in legge 9 agosto 2013, n. 98.

Questi strumenti saranno resi sotto forma di finanziamenti a fondo perduto, a tasso agevolato o come garanzia su finanziamenti bancari ordinari e/o agevolati.

Nel 2015 si prevede di trattare circa 250 casi di informazione ed assistenza alle imprese sulle tematiche legate alla finanza. Si spazierà dalla semplice informazione a vere e proprie analisi di prefattibilità e servizi di assistenza tecnica. Un'attenzione particolare sarà rivolta alle imprese innovative ed alle imprese che avviano programmi di tutela della proprietà industriale, coerentemente gli orientamenti del MISE.

Altre attività da realizzare nel 2015 sono:

Progetto One Contact Point: attraverso questo progetto, lanciato già alla fine del 2014, ci si pone come interlocutori verso alcune grandi imprese già individuate, per facilitare la risoluzione di alcune loro problematiche nei rapporti con la pubblica amministrazione.

Orientamento alla creazione di impresa: si tratta di una serie di seminari da condurre in alcune scuole superiori per sensibilizzare gli alunni sul tema dell'autoimprenditorialità.

Il piano delle attività prevede inoltre la partecipazione come relatori di seminari di presentazione delle opportunità di finanza agevolata e ordinaria, in collaborazione con la Camera di Commercio, Unioncamere Toscana, associazioni di categoria, istituti di credito locali, che hanno lo scopo di far conoscere alle imprese le possibilità di accesso ai finanziamenti.

In sintesi, e riassumendo, le attività dell'U.O Finanza saranno le seguenti:

- Pratiche di finanza agevolata.
- Nuovi strumenti finanziari per le imprese.
- Azioni scouting finanziario per progetti innovativi.
- Azioni a favore delle imprese che avviano percorsi di tutela della proprietà intellettuale.
- Azioni di scouting finanziario per progetti di internazionalizzazione.
- Business planning.
- Attività seminariale.

Riguardo agli accordi con gli istituti di credito, al momento sono in vigore i seguenti protocolli:

- Banca di Credito Cooperativo di Cambiano
- Banca di Credito Cooperativo del Chianti e Monteriggioni
- Banca di Credito Cooperativo Valdarno Fiorentino
- Banca di Credito Cooperativo di Impruneta
- Banca di Credito Cooperativo del Valdarno

6. Laboratorio Chimico Merceologico

Attività principali della Divisione

- ATTIVITÀ DI ANALISI CHIMICHE E SENSORIALI
- ATTIVITÀ DI INNOVAZIONE E TRASFERIMENTO TECNOLOGICO
- CORSI ED ATTIVITÀ DIVULGATIVA
- INCARICHI DA ALTRI ENTI PUBBLICI E PRIVATI

Nelle schede seguenti, relative ai principali settori del laboratorio, si precisano obiettivi, attività e risultati attesi per il 2015.

ATTIVITÀ DI ANALISI CHIMICHE E SENSORIALI

Premessa

Le attività analitiche di tipo chimico vengono eseguite per enti privati e pubblici, aziende agricole e operatori del settore agricolo. *Questa attività viene effettuata completamente a pagamento dall'utenza.*

Obiettivi

1. Fornire un servizio di analisi terzo e qualificato nell'ambito delle denominazioni certificate agli organismi di controllo quale "Toscana Certificazione Agroalimentare S.r.l.", Certiquality;
2. Supportare il settore agroalimentare per il controllo delle caratteristiche chimiche e sensoriali delle produzioni agricole e loro trasformati;
3. Garantire il consumatore sulla qualità e la genuinità delle produzioni regionali, nazionali e di importazioni dall'estero.

Passaggi operativi e budget

1. Rafforzare le sinergie con Organismi di Controllo (come ad esempio TCA) e Consorzi (come ad esempio il Consorzio dell'olio toscano) per aumentare il numero di lotti di prodotti alimentari (principalmente vino e olio) analizzati per controlli ufficiali e per la certificazione a DOP e IGP. La capacità di offrire analisi chimiche e organolettiche qualificate da parte di un unico soggetto può costituire un polo attrattivo a livello regionale e soprattutto offrire un servizio importante per gli agricoltori.
2. Contattare i principali rappresentanti della filiera vitivinicola e olivo-oleicola (quali Aziende e Cantine Sociali) per presentare proposte economiche e trattare le tariffe migliori che ci permettano di attrarre nuova clientela. In questo campo ci proponiamo per supportare le aziende durante le fasi di vinificazione, per le analisi necessarie all'esportazione del vino in diversi paesi, per le analisi che devono essere eseguite per la normativa HACCP. Per il 2015 si prevede di consolidare le analisi del vino non docg confermando gli obiettivi di rafforzare il legame con le aziende del Consorzio del Chianti e con le aziende singole appartenenti alle varie denominazioni.

3. Espandere il settore delle analisi sensoriali, dove negli anni il laboratorio ha acquisito una grandissima esperienza, in particolare nel settore degli oli vergini e dei vini. Le prove organolettiche sono, a livello internazionale, parificate alle prove chimiche e fisiche e ricomprese nello schema di accreditamento UNI CEI EN ISO/IEC 17025, norma secondo la quale il laboratorio è già accreditato. Si ricorda che nel 2014 ha preso avvio il percorso per la ristrutturazione e riorganizzazione delle attività delle commissioni di assaggio dell'olio e del vino che è iniziato con il passaggio delle commissioni da Camera a PromoFirenze e che dovrebbe completarsi con il loro accreditamento. Nel 2015 si prevede di incrementare le analisi sensoriali vino valorizzando il lavoro con Tca e a caratterizzare da un punto di vista organolettico gli oli igp toscano.
4. Espandere il settore delle analisi VARIE che comprende tabelle nutrizionali su prodotti da forno/insaccati/prodotti vegetali, analisi dei terreni, analisi delle acque e potenziando le attività di analisi delle acque e delle acque di vegetazione.

Nel 2015 si prevede di consolidare le analisi VARIE, collaborando con i comuni del territorio fiorentino per le analisi delle acque di acquedotti/scarichi e con aziende che lavorano i sottoprodotti della filiera olivo-oleicola.

ATTIVITA' DI INNOVAZIONE E TRASFERIMENTO TECNOLOGICO

Premessa

Storicamente il Laboratorio è stato un punto di riferimento per le innovazioni e il trasferimento tecnologico in campo agroalimentare toscano, soprattutto relativamente all'olio extra vergine di oliva. L'attività non ha come scopo una ricerca puramente teorica ma l'applicazione dei principi scientifici più innovativi alle produzioni con relativo riscontro qualitativo, e anche in termini economici.

Si ricorda che questa attività, che fino ad oggi è stata portata avanti con limitati utili suoi propri, è molto importante perché dà visibilità alla struttura e veicola clienti per attività analitica e corsi.

Al termine di ogni attività di ricerca è previsto un convegno per trasferire i risultati al territorio.

L'attività viene svolta principalmente attraverso finanziamenti pubblici per partecipazione a bandi, ma negli ultimi due anni anche per finanziamento privato diretto.

Obiettivi

I progetti hanno i seguenti obiettivi:

- 1) valorizzare le filiere di produzione della Regione Toscana fornendo soluzioni innovative volte al miglioramento e alla ottimizzazione dei processi;

In particolare per la filiera olivo-oleicola:

- 2) produrre un olio extra vergine di oliva di qualità ad alto contenuto di antiossidanti naturali che possa essere valorizzato per le proprie caratteristiche nutraceutiche e addirittura possa trovare un canale di vendita nelle farmacie;
- 3) produrre un olio extra vergine di oliva mediante tecniche che abbiano un ridotto impatto con l'ambiente e producano sottoprodotti riutilizzabili nel ciclo aziendale, trasformando i costi attuali di smaltimento in ricavi;
- 4) realizzare un modello produttivo che sia di stimolo ai piccoli produttori affinché la loro attività "artigianale" possa essere coordinata in una comunità che favorisca la qualificazione locale e una nuova e consapevole coscienza produttiva;

- 5) favorire lo scambio informativo/culturale sulla conoscenza delle filiere di qualità e delle proprietà nutrizionali e sensoriali degli alimenti.

Passaggi operativi e budget

1. Rafforzare le sinergie con enti preposti alla ricerca di tipo applicato come l'Università, il CNR, i CRA...al fine di poter presentare progetti nell'ambito della progettazione europea Horizon 2014, che consentano di scaricare i costi di personale a tempo indeterminato e di lavorare su temi di interesse europeo, coinvolgendo le aziende del territorio.
2. Espandere l'ambito dell'attività con aziende agricole/aziende meccaniche/aziende di trasformazione, che possono pagare direttamente i costi delle ricerche perché strettamente correlate alla loro attività produttiva e ai ricavi.
3. Rivolgere maggiore interesse al settore della nutrizione e della nutraceutica, dato l'interesse rivolto a questo tema anche da Expò 2015. A questo proposito sono stati presentati due nuovi progetti OLENUTRA E ENOIL in bandi rivolti al settore sanità, che saranno assegnati nel 2015 ed avranno durata di 18 mesi.

CORSI ED ATTIVITÀ DIVULGATIVA

Premessa

L'attività didattica è di grande interesse sia per gli operatori del settore che per i consumatori, per cui se ne prevede un rafforzamento e consolidamento nei prossimi anni. Viene organizzata sia per enti pubblici (Regione, Unioncamere Toscana, scuole di tutti i livelli...), che privati (GDO, ristorazione, aziende agricole...). *Questa attività viene effettuata completamente a pagamento dall'utenza.*

Obiettivi

L'attività di corsi e didattica si propone i seguenti obiettivi:

- 1) trasferire al territorio toscano le conoscenze acquisite dall'azienda Promofirenze in relazione alle filiere dell'olio, del vino ed in generale del settore ortofrutticolo, per migliorare/ottimizzare i processi di produzione;
- 2) rendere il consumatore consapevole delle proprie scelte alimentari, informando sulla qualità e sulla genuinità delle produzioni;
- 3) preparare i tecnici e gli operatori del settore agroalimentare sulle operazioni delle varie filiere, innovando le conoscenze.

Passaggi operativi

Proseguirà nel 2015 l'attività formativa che la Divisione organizza per l'approfondimento delle conoscenze su alcuni aspetti delle filiere del vino e dell'olio. A seconda della durata dell'attività formativa e dell'utenza interessata si parla di corsi professionali oppure di occasioni formative/informative. Tra i corsi propriamente detti, vengono organizzati:

- corsi per assaggiatori di olio di oliva vergine in sede e fuori sede;
- corsi di allenamento per assaggiatori di olio di oliva vergine, propedeutici all'iscrizione all'elenco nazionale, in sede e fuori sede;
- corsi per assaggiatori di vino e cantinieri;
- corsi per frantoiani;

Altre occasioni di trasferimento delle conoscenze sono:

- attività didattica con le aziende agricole per approfondire gli aspetti qualitativi delle filiere;

- seminari per consumatori sulla conoscenza delle filiere di vino ed olio, in sede e fuori sede, aperti ad italiani e stranieri;
- corsi per la GDO per la preparazione degli operatori addetti agli acquisti e alle vendite;
- attività didattica con scuole primarie e secondarie.

Per il 2015 si prevede sostanzialmente di consolidare le entrate relative all'attività di tipo divulgativo, cercando di proporre i corsi storici del laboratorio ed ampliando l'offerta anche in territorio regionale, anche al di fuori dalla provincia di Firenze.

INCARICHI DA ALTRI ENTI PUBBLICI E PRIVATI

Premessa

Regione Toscana e Unioncamere Toscana hanno presentato al mondo produttivo olivo-oleicolo una proposta di progetto formativo, promozionale e di trasferimento delle nuove conoscenze tecnologiche, denominato "Scuola dell'olio". Nel 2014 è stato firmato dalle parti un protocollo di intesa che riassume impegni ed intenti del progetto.

Queste attività vengono individuate a seguito di tavoli a cui partecipano tutte le rappresentanze della filiera e sono finanziate totalmente o parzialmente dagli enti pubblici che hanno firmato l'accordo di progetto Scuola dell'olio.

Obiettivi

L'obiettivo è quello di creare un polo di attrazione per quanti desiderano ampliare la propria conoscenza su tutta la filiera dell'olio extra vergine di oliva e di promuoverne la cultura.

L'iniziativa è rivolta all'intero territorio della regione Toscana e nasce dalle seguenti considerazioni

1. la necessità di riaffermare nei fatti l'importanza strategica ed economica del comparto olivicolo-oleario della Toscana;
2. la certezza che nonostante le innumerevoli iniziative volte alla crescita del comparto sia tuttora presente un'insufficiente conoscenza delle caratteristiche qualitative dell'olio prodotto che non sempre trovano riscontri di tipo oggettivo;
3. la difficoltà a trasferire agli utilizzatori professionali, operatori del comparto e consumatori le conoscenze che la ricerca svolta negli ultimi anni ci ha messo a disposizione;
4. la convinzione che solo attraverso la qualità certificata e la distinguibilità dell'olio extravergine di oliva, si possano dare risposte adeguate ai problemi dei produttori;
5. la necessità di riunire assieme diverse competenze tecniche e scientifiche a carattere interdisciplinare per puntualizzare il ruolo che l'olio extra vergine di oliva può assumere nella prevenzione di alcune malattie e che la coltivazione dell'olivo può avere per il turismo e l'ambiente;
6. la necessità di creare un punto informativo per l'acquisto consapevole dei prodotti di qualità destinato ai consumatori;
7. la necessità di focalizzare in un unico "Progetto" gli aspetti formativi ed informativi inerenti la filiera;
8. la necessità di proporre indirizzi programmatici per il settore dell'olivicultura, condivisi dalle parti interessate.

Passaggi operativi e budget

Per il 2015 sono previste le seguenti azioni:

- selezione regionale degli oli DOP e IGP della Toscana;
- verifica circolare per i gruppi di assaggio riconosciuti dal Mipaaf, presenti in Toscana;
- seminario di aggiornamento per gli assaggiatori iscritti all'elenco nell'articolazione toscana;
- attività periodica di confronto fra i gruppi toscani di assaggio;
- incontri con frantoi e aziende del territorio per la formazione degli addetti alla filiera;
- eventi sulla filiera olivo-oleicola relativi ad EXPO 2015;
- corsi di potatura, corsi per frantoiani.

La predisposizione ed il contenuto del preventivo economico per l'esercizio 2014 sono conformi a quanto disposto dagli artt. 66 e 67 del D.P.R. 2 novembre 2005, n. 254 ed al relativo prospetto allegato "G".

Per quanto attiene al "Quadro di destinazione programmatica delle risorse", in continuità con l'esercizio precedente ed in conformità con quanto disposto dall'art. 8, comma 2, del DPR 254/2005 e dalla Circolare del Ministero dello Sviluppo Economico n. 3612/C del 26/07/2007, si sono tenute in considerazione sia le finalità istituzionali dell'Azienda che il modello organizzativo evidenziando le aree organizzative individuate come centri di costo/ricavo:

- Divisione Internazionalizzazione
- Divisione Laboratorio Chimico
- Divisione Servizi Interni.

A) RICAVI ORDINARI

L'ammontare del fatturato previsto per servizi è pari a € 3.330.475 che prevede un incremento del 45% rispetto al valore previsto dei ricavi propri in proiezione al 31/12/2014 pari a € 2.291.984 e consta di tre principali categorie: proventi da servizi per un valore di a € 3.028.386, contributi da organismi comunitari per un valore di € 202.089 e contributi regionali o da altri enti per un valore di € 100.000.

1) Proventi da servizi

La previsione dei proventi da servizi è pari a € 3.028.386 con un incremento del 58% rispetto al valore di preconsuntivo del 2014. La previsione indicata, valutata al fine di consentire una sostenibilità economico-finanziaria dell'azienda, potrà scontare gli effetti congiunturali relativi agli andamenti dei mercati ed agli eventi internazionali, così come avvenuto nell'esercizio in corso. Si ricorda che un terzo circa della somma stanziata è condizionata al perfezionamento dell'accordo con ICE-ITA.

Circa il "quadro di destinazione programmatica delle risorse", riferibile alle Divisioni in cui si articola l'Azienda, si possono evidenziare:

- **Internazionalizzazione**

La somma indicata per € 2.430.750, prevede un incremento del 65% rispetto alla voce di preconsuntivo 2014 che si prefigura essere attorno ai € 1.473.136 e si riferisce principalmente ai ricavi derivanti dall'attività di organizzazione e coordinamento di eventi fieristici a supporto delle PMI, sia con eventi b2b, che con interventi su mercati sempre più importanti quali quelli russo, cinese, indiano e sudamericano.

Il dettaglio è evidenziato nel Piano Attività (Allegato 5).

Come in passato la previsione comprende anche i corrispettivi inerenti l'erogazione dei Servizi di Assistenza Specialistica, le quote di Aziende che partecipano ai progetti, anche attraverso alcune convenzioni stipulate con Enti ed Associazioni di categoria.

Comprende infine l'attività svolta per l'attrazione dei flussi turistici.

- **Finanza**

La somma indicata per € 167.636 complessivi si riferisce all'erogazione di servizi di assistenza alle imprese per la presentazione di domande di finanziamento su misure e strumenti di finanza agevolata, che, rispetto al valore previsto in preconsuntivo 2014, (€ 137.585) prevede un incremento del 22%. Sono incluse in questa voci le quote degli sponsor bancari che si assestano a € 7.636 nel 2015. La somma in esame comprende inoltre i corrispettivi per i servizi e le attività del programma di sviluppo locale e di promozione del territorio, per l'attrazione di investimenti, per le quote di partecipazione a seminari informativi sulle tematiche europee, di start up e sviluppo d'impresa.

- **Laboratorio Chimico Merceologico**

La somma di ricavi indicata per € 430.000 prevede un incremento del 38% rispetto alla voce di preconsuntivo del 2014 che è stata pari a € 312.000 complessivi e si riferisce alle seguenti attività:

Analisi chimiche per € 291.000 relativi a vini DOCG, vini non DOCG, olio e analisi varie quali zafferano, acque, terreni, materiali plastici, cereali e derivati, ecc.; in particolare si segnala l'impegno della Divisione per incrementare il fatturato delle analisi dell'olio (certificazione olio IGP Toscano);

Didattica per € 45.000 riferiti alle quote di partecipazione che si presume di poter realizzare nell'ambito dell'esecuzione dei corsi sull'assaggio del vino e dell'olio, per tecnici di frantoio e cantina, serate al consumatore per la conoscenza del vino e dell'olio;

Incarichi diversi per € 85.000 relativi a attività per la realizzazione di seminari e convegni per la Selezione Regionale, per il premio "Erocole Olivario" e per le iniziative della Scuola dell'Olio;

Studi e ricerche per € 9.000 per attività di ricerca conto terzi.

2) Altri proventi o rimborsi

Non sono oggi prevedibili ricavi di questa tipologia per l'anno 2015.

3) Contributi da organismi comunitari

Lo stanziamento previsto pari a € 202.089 si mantiene in linea, con un leggero incremento del 13%, rispetto alla previsione di chiusura dell'esercizio 2014 (€ 178.835) e si riferisce ai contributi attesi per la realizzazione di progetti approvati ed in corso di svolgimento.

Per il dettaglio delle iniziative si rimanda al Piano delle Attività (allegato n. 5) e alla presente Relazione nella parte in cui tratta delle attività delle divisioni sotto indicate.

4) Contributi regionali o da altri enti

Il valore previsto per l'esercizio 2015 pari a € 100.000 è in flessione rispetto al preconsuntivo 2014 che dovrebbe assestarsi in € 175.787, in quanto non possono essere più preventivati i contributi provenienti dalle istituzioni camerali, quali Unioncamere Toscana e Unioncamere Nazionale, e da altri soggetti regionali, entrambi coinvolti in una complessa operazione di ristrutturazione, che, al momento in cui è redatto il presente documento, impedisce la determinazione di interventi economici a favore di PromoFirenze.

5) Altri contributi

Non sono previsti stanziamenti relativi a contributi di tipo diverso dai precedenti.

6) Contributo della Camera di Commercio in c/esercizio

Lo stanziamento previsto per il 2015 è pari a € 1.500.000 e presenta una riduzione di ca. il 48% rispetto allo stanziamento del precedente esercizio, e si riferisce alla realizzazione del Piano Attività 2015 proprio di PromoFirenze. La riduzione è spiegata nella premessa.

Come previsto dal 6° comma dell'art. 72 del D.P.R. 2 novembre 2005, n. 254 sulla gestione del bilancio, il contributo sarà erogato dalla Camera di Commercio sulla base delle esigenze di liquidità dell'Azienda.

COSTI

B) COSTI DI STRUTTURA

7) Organi istituzionali

Lo stanziamento è previsto in € 17.190 ed è leggermente inferiore alla previsione di bilancio dell'anno 2014, pari a € 22.030, in considerazione dell'azzeramento della voce "compensi agli amministratori", e di quelle per le eventuali missioni (nei limiti previsti dalle vigenti disposizioni) degli stessi che, ove richieste da singole iniziative, potranno essere sostenute sul relativo stanziamento. L'importo si riferisce anche ai compensi e rimborsi spese spettanti ai Revisori dei Conti.

La previsione nel suo complesso rispetta i limiti imposti dalla normativa vigente.

8) Personale

La previsione delle spese per il personale per il 2015 è in linea rispetto ai valori preventivati nell'esercizio precedente, con un bilanciamento, che sconta da una parte, gli incrementi derivanti:

- 1- dal rinnovo contrattuale previsto nel 2015,
- 2- dalla previsione di assunzione di un esperto della informazione (in linea con le strategie di rilancio aziendale) e una r.u. appartenente alle categorie protette (in linea con la normativa vigente)

e dall'altra riduzioni correlate alla mancata previsione della sostituzione di una maternità e dalle ipotesi di trasformazione di full-time in part-time.

L'evoluzione organizzativa, avviata nel 2014, ha determinato un processo di continua riorganizzazione che prevede per il 2015 nuove aree di supporto e staff, a garanzia di un miglior flessibilità in un contesto continuamente mutevole.

La previsione (tenendo in considerazione i part-time come frazione di unità) si riferisce a n. **44,89 unità** (n. 47 dipendenti, compreso il personale a tempo determinato, su una dotazione organica approvata per n. 65) dei quali:

- n. 45 impiegati a tempo indeterminato, di cui:
 - 8 quadri: di cui 1 part-time al 82,5% e 1 al 50%;
 - 7 I° livello: di cui 1 part-time al 92,5%, 1 part-time al 90% e 1 part-time al 62,5%;
 - 10 II° livello di cui 1 part-time al 87,5% e 1 al 68,75%;
 - 11 III° livello: di cui 1 part-time al 75%;
 - 6 IV° livello di cui 1 part-time al 62,5% e 1 al 75% e 1 al 90%;
 - 2 V° livello di cui 1 al 62,5%;
 - 1 dirigente

Sono parte integrante dello stanziamento gli oneri per eventuali assunzioni inerenti gli obblighi di cui alla legge 68/1999, per l'attività d'informazione e per lo sviluppo di progetti di ricerca.

Lo stanziamento complessivo, pari a € 2.044.556, contro € 2.120.314 programmati nel bilancio di previsione del 2014, registra un leggero decremento per le sopra esaminate politiche di contenimento, e risulta, rispetto alla previsione di chiusura dell'esercizio 2014, incrementato di € 63.149. L'incremento è sostanzialmente giustificato dalla suindicata previsione della 2° assunzione obbligatoria ai sensi della l. 68/1999, inserita per soli 6 mesi, giusta la previsione dei tempi di istruttoria definiti dalla Provincia di Firenze, e dall'assunzione per l'attività d'informazione, oltre agli incrementi derivanti dall'applicazione del CCNL, al netto dei risparmi per le cessazioni.

Detto stanziamento complessivo si riferisce: € 1.475.126 per retribuzioni lorde comprensive dei ratei delle mensilità aggiuntive, di una modesta quota di compenso per lavoro straordinario e del premio di produzione

(circa € 51.843) la cui erogazione potrà avvenire nel rispetto delle vigenti disposizioni emanate anche recentemente; € 464.829 ad oneri sociali; € 104.601 al T.F.R. di competenza.

Tutti gli istituti suddetti saranno gestiti in conformità alla normativa vigente ed agli indirizzi della Camera di Commercio.

L'attribuzione delle spese per il personale nel Quadro di destinazione programmatica delle risorse", riferibile alle Divisioni in cui si articola l'Azienda, risulta così ripartito:

- Internazionalizzazione: € 765.157;
- Finanza: € 108.833;
- Laboratorio Chimico: € 418.284;
- Servizi Interni: € 752.281;

tale ultima somma si riferisce all'impiego di personale, compreso il dirigente, per il funzionamento generale della Azienda e per la gestione dei servizi di supporto alle divisioni tecnico-promozionali. Si tratta delle attività di segreteria, centralino e protocollo, ragioneria, contabilità, gestione del personale, finanziarie, controllo di gestione, informatiche, economali, oltre al Sistema di Gestione Qualità ISO 9001. Si evidenzia che il personale della divisione presta alcuni servizi per altri organismi di sistema, dai quali l'Azienda ottiene il relativo rimborso (UCT). È parte integrante della voce di spesa il costo del personale dedicato alla predisposizione dei rendiconti relativi ai progetti cofinanziati, coperto parzialmente dai contributi relativi.

9) Funzionamento

Trattasi delle voci di spesa inerenti il funzionamento della struttura. Lo stanziamento, pari a € 526.290 registra una flessione del 4% rispetto alla previsione di chiusura dell'esercizio 2014, e un decremento pari allo 10% (€ -54.210) rispetto al preventivo 2014.

Nel dettaglio:

- **Prestazione di servizi**, per € 441.190. Si tratta dei costi per l'acquisizione di beni e servizi necessari al funzionamento della struttura quali, ad esempio, le utenze, le assicurazioni, il condominio, le spese per il patrocinio legale in giudizio, per smaltimento rifiuti, i servizi per la gestione del personale e l'amministrazione, le pulizie, le spese per i servizi bancari e postali, ed altre. Il decremento (€ - 23.647) rispetto alla previsione di chiusura dell'esercizio 2014, deriva soprattutto dalla revisione dei contratti in essere per le spese per telefonia mobile e fissa (€ -10.000), spese pulizia locali (€ -5.000), spese per assicurazioni generiche (€ -8.000), spese per il patrocinio legale in giudizio (€ -12.000), spese per sicurezza luoghi di lavoro e qualità (€ -5.000).
Invece si è previsto un consistente incremento per le spese di formazione (€ +14.220), con lo scopo di riqualificare il personale per sostenere la sfida che l'azienda si è prefissata e garantire il life long learning goal necessario a stimolare la competitività aziendale.
E' parte delle spese per prestazione di servizi anche il canone di locazione per le sedi di Via Castello D'Altafronte n. 11 e di Via Orcagna n.70, che passa da € 170.000 a € 155.790, oltre IVA, valutati in prospettiva di un eventuale trasferimento della sede aziendale, anche l'utilizzo di formule di telelavoro idonee a potenziare la produttività del personale, minimizzare i costi di gestione e nel rispetto dell'ambiente.
- **Spese di manutenzione** – lo stanziamento previsto, pari a € 44.800, sostanzialmente in linea con i valori della previsione del 2014 (€ 44.000). Si tratta delle spese previste per la manutenzione ordinaria dei beni mobili (attrezzature, impianti, ecc.) e per i software. L'importo stanziato potrà utilizzarsi oltre che per oneri di manutenzione di apparecchiature datate, anche per manutenzioni di software in uso che necessitano di aggiornamenti.
- **Altri oneri di gestione** – Lo stanziamento previsto è pari a € 40.300 e presenta una sostanziale stabilità rispetto alla previsione di chiusura dell'anno 2014, pari a € 40.200.

Sono ricomprese nella previsione: imposte e tasse deducibili per € 19.000 comprensive della TARI (Tariffa Rifiuti e Servizi, introdotta dalla legge 27 dicembre 2013, n. 247 come componente della Imposta Unica Comunale - IUC), ed altre spese, per € 21.300, i cui stanziamenti, in aumento e diminuzione (cancelleria, abbonamenti per pubblicazioni di settore, spese di rappresentanza, prodotti per l'antinfortunistica e igienici, imposte e tasse deducibili, materiale di consumo per ufficio, arrotondamenti abbuoni e sconti, perdite su cambi) danno un risultato netto di € -3.366.

10) Ammortamenti e Accantonamenti

Si tratta delle quote:

- di ammortamento dell'esercizio delle immobilizzazioni materiali ed immateriali determinata sulla base del piano di ammortamento dei beni già acquisiti e di quelli che si presume di acquisire successivamente alla data di redazione del preventivo;
- di accantonamento di fondi istituiti per far fronte ad eventuali spese future;
- di accantonamento per svalutazione dei crediti.

Lo stanziamento, previsto per € 110.000, di importo inferiore di € 42.970 rispetto alla previsione di chiusura dell'esercizio 2014 è attribuito integralmente alla Divisione Servizi Interni. Si riferisce a:

- ammortamenti, € 70.000, di immobilizzazioni (mobili ed arredamenti da ufficio, hardware, attrezzature, impianti, software);
- accantonamenti, € 40.000, per svalutazione crediti e per rischi diversi.

C) COSTI ISTITUZIONALI

11) Spese per Progetti e Iniziative

Si tratta delle spese che saranno sostenute direttamente per l'esecuzione dell'attività istituzionale. Lo stanziamento, pari a € 2.017.440, registra un decremento del 6% (€ -125.454) rispetto alla previsione di chiusura dell'esercizio 2014. Rispetto al preventivo 2014 si registra una diminuzione del 11% (€ -228.050). Risultano invariate le previsioni per le spese per l'acquisto dei beni di consumo per analisi di laboratorio, mentre diminuiscono le spese per le prestazioni di servizi per le attività istituzionali e soprattutto i costi per la gestione dei desk a seguito della chiusura della rete estera in gestione al Consorzio Camerale per l'Internazionalizzazione. Aumentano notevolmente i costi per progetti, seminari e eventi (+22%) collegati alla produzione dei ricavi propri.

Circa il "quadro di destinazione programmatica delle risorse", riferibile alle Divisioni in cui si articola l'Azienda, si possono evidenziare:

- **Internazionalizzazione, Sviluppo e Reti di Imprese**

La somma indicata per complessivi € 1.864.840 è quella prevista per la realizzazione delle iniziative relative al programma di attività della Divisione. Si tratta sostanzialmente di:

- Missioni Commerciali all'estero;
- Fiere e Incoming;
- Servizi di Assistenza Specialistica;
- Progetti approvati ed in corso di realizzazione.

In dettaglio:

- **Servizi Commerciali** - per un importo complessivo di € 1.804.840 nel quale si evidenziano soprattutto tutte le spese di logistica relative ai progetti, noleggi spazi e attrezzature, traduzioni, viaggi per aziende, inclusivo delle spese di gestione per il desk estero in Perù;
- **Spese per missioni** - si tratta della previsione di rimborso di eventuali spese sostenute dal personale per trasferte e/o missioni quali, ad esempio, quelle di soggiorno, di viaggio, di spostamento sul posto, ecc., per un importo di € 50.000;

- **Spese per trasporti e dazi** – previste per l'importo di € 10.000.

- **Finanza**

La somma indicata per soli € 4.600 è quella prevista per la realizzazione delle iniziative relative al programma di attività (visite aziendali collegate alle rendicontazioni e visite per programma OCP).

- **Laboratorio Chimico**

La somma indicata per € 146.000 è quella prevista per la realizzazione delle attività ed iniziative della Divisione, in particolare:

- **Acquisto materie prime** - per un importo complessivo di € 47.000, nel quale si evidenziano:
 - acquisto reagenti per analisi, € 28.000;
 - acquisto beni di consumo laboratorio, € 19.000;
- **Servizi Commerciali** - per un importo complessivo di € 96.800, nel quale si evidenziano:
 - i costi previsti per i docenti, gli assaggiatori di vino e olio ed i relatori dei corsi, per un importo complessivo di € 50.800;
 - costi per lavaggio vetreria e camici di laboratorio per € 10.000;
 - il costo per lo smaltimento dei rifiuti, compresi quelli nocivi e speciali, prodotti dal laboratorio di analisi, per un importo di €5.000;
 - le spese di gestione dei progetti, materiale didattico e stampa pubblicazioni, per un importo complessivo di € 19.000;
 - i costi per le analisi commissionate ad altri laboratori per un importo di € 12.000. Si tratta di sub-forniture di analisi da parte di strutture esterne che collaborano con l'Azienda nei casi in cui si debba procedere all'effettuazione di prove per le quali il laboratorio o non è attrezzato e/o non è accreditato.
- **Spese per missioni** - si tratta della previsione di rimborso di eventuali spese sostenute dal personale per trasferte e/o missioni quali, ad esempio, quelle di soggiorno, di viaggio, di spostamento sul posto, ecc., per un importo di € 1.400;
- **Spese per trasporti e dazi** - previste per l'importo di € 800.

- **Servizi Interni**

La somma è indicata per € 2.000 ed in dettaglio comprende:

- **Spese per missioni** - si tratta della previsione di rimborso di eventuali spese sostenute dal personale per trasferte e/o missioni quali, ad esempio, quelle di soggiorno, di viaggio, ecc., per un importo di € 1.500.
- **Spese per trasporti e dazi** - previste per l'importo di € 500.

D) GESTIONE FINANZIARIA

Sono previsti € 1.500 sia nei proventi, per interessi attivi e oscillazione cambi, che negli oneri finanziari, per perdite su cambi.

E) GESTIONE STRAORDINARIA

E' previsto € 1 sia per i proventi e gli oneri straordinari stanziato a titolo di memoria dell'impegno della Camera (V.nota integrativa consuntivo 2011, pag. 33) circa l'assunzione a proprio carico delle eventuali

vertenze di personale. Sull'argomento si veda anche la nota integrativa del consuntivo 2011 dell'Azienda (pagg. 82 e 85).

AVANZO/DISAVANZO ECONOMICO DELL'ESERCIZIO

Il risultato operativo, determinato prima delle imposte, dato dalla differenza tra il totale dei ricavi ordinari (Totale (A), pari a € 4.830.475, e il totale dei costi (Totale (B+C)), pari a € 4.715.475, è costituito da un avanzo economico ammontante a € 115.000.

IRAP

La somma indicata per € 50.000 è stata stimata considerando la base imponibile costituita dal risultato di esercizio aumentato dei costi del personale, delle collaborazioni coordinate e occasionali, delle riprese fiscali per costi indeducibili valutate sulla base delle esperienze precedenti, ed infine considerando le deduzioni previste. Il valore potrà subire delle oscillazioni derivanti dall'effettivo risultato che sarà conseguito.

IRES

La somma è indicata per € 65.000. Anche in questo caso il valore della previsione potrà subire delle oscillazioni derivanti dal risultato effettivo che sarà conseguito.

In ogni caso il complessivo stanziamento si ritiene sufficiente alla copertura degli oneri fiscali

DISAVANZO/AVANZO ECONOMICO DELL'ESERCIZIO (DOPO LE IMPOSTE)

La previsione di chiusura dell'esercizio, scontate le imposte, risulta in pareggio.

PIANO DEGLI INVESTIMENTI

Alla data di redazione del presente Preventivo economico non sono previsti investimenti in immobilizzazioni da finanziare con il contributo camerale. Nel corso dell'esercizio, in relazione all'andamento della gestione aziendale, si potrà destinare parte del contributo camerale in c/esercizio ad investimenti per l'acquisto di beni strumentali necessari all'attività ordinaria.

Firenze, 21 novembre 2014

Il Presidente
(Claudio Bianchi)

Piano attività 2015

(previsto dall'art. 67, 3 comma, del DPR 2/11/2005, n. 254)

(allegato 5)

PIANO ATTIVITA' 2015

SINTESI PIANO ATTIVITA' 2015 - DIVISIONI AZIENDA PROMOFIRENZE



DIVISIONE	COSTI ESTERNI	RU	TOTALE COSTI DIRETTI	COSTI INDIRETTI	TOTALE COSTI	RICAVI AZIENDE	CONTRIBUTI	TOTALE RICAVI	CONTRIBUTO CAMERALE PER PIANO ATTIVITA' 2015	% COPERTURA CONTRIBUTO CAMERALE
FINANZA	4.600	108.833	113.433	78.600	192.033	167.636	-	167.636	24.397	-13%
INTERNAZIONALIZZAZIONE	1.864.839	765.156	2.629.995	1.071.015	3.701.010	2.430.750	202.089	2.632.839	1.068.171	-29%
LABORATORIO CHIMICO MERCEOL.	154.000	418.284	572.284	365.147	937.431	430.000	100.000	530.000	407.431	-43%
TOTALE AZIENDA	2.023.439	1.292.274	3.315.713	1.514.762	4.830.475	3.028.386	302.089	3.330.476	1.500.000	-31%
RISORSE PER REALIZZAZIONE INIZIATIVE ASSEGNATE DA GIUNTA PER PIANO ATTIVITA' 2015							-	-	-	
TOTALE CONTRIBUTO CAMERALE PER PIANO 2015						3.028.386	302.089	3.330.476	1.500.000	

PIANO ATTIVITA' 2015 - Divisione Internazionalizzazione

PIANO ATTIVITA' 2015 - Budget assegnato alla Divisione Internazionalizzazione

NR	Attività/Progetto	TIPO DI INIZIATIVA	AREA GEOGRAFICA	SISTEMA CAMERALE	NOTE/PARTNER	PERIODO	NR AZIENDE	COSTI ESTERNI	RU	TOTALE COSTI DIRETTI	COSTI INDIRETTI	TOTALE COSTI	RICAVI AZIENDE	CONTRIBUTI DA EU, ENTI VARI	TOTALE RICAVI	DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO, INIZIATIVA, ATTIVITA'
INIZIATIVE PROMOZIONALI																
FIERE																
1	Fiera Arredamento	FIERA	Turchia		KDM	febbraio	da 2 a 15	40.000					44.000		44.000	Organizzazione fiera espositiva all'estero, con previsione di scontistica da parte dell'organizzatore, da ripartire tra le aziende partecipanti e PromoFirenze.
2	Fiera Turchia	FIERA	Turchia		Ente fiera LOCALE	DA INDIVIDUARE	da 2 a 15	80.000					90.000		90.000	Organizzazione fiera espositiva all'estero, con previsione di scontistica da parte dell'organizzatore, da ripartire tra le aziende partecipanti e PromoFirenze.
3	Fiera Emirati Arabi Uniti	FIERA	Emirati Arabi		Ente fiera LOCALE	DA INDIVIDUARE	da 2 a 15	80.000					90.000		90.000	Organizzazione fiera espositiva all'estero, con previsione di scontistica da parte dell'organizzatore, da ripartire tra le aziende partecipanti e PromoFirenze.
4	Fiera nr. 1 (Reed Exhibition)	FIERA	Mediterraneo		Reed Exhib	DA INDIVIDUARE	da 2 a 15	30.000					33.000		33.000	Organizzazione fiera espositiva all'estero, con previsione di scontistica da parte dell'organizzatore, da ripartire tra le aziende partecipanti e PromoFirenze.
5	Fiera nr.1 di Fiera Milano International	FIERA	Sud America		Fiera Milano	DA INDIVIDUARE	da 2 a 15	50.000					55.000		55.000	Organizzazione fiera espositiva all'estero, con previsione di scontistica da parte dell'organizzatore, da ripartire tra le aziende partecipanti e PromoFirenze.
6	Fiera nr.2 di Fiera Milano International	FIERA	Nord America		Fiera Milano	DA INDIVIDUARE	da 2 a 15	50.000					55.000		55.000	Organizzazione fiera espositiva all'estero, con previsione di scontistica da parte dell'organizzatore, da ripartire tra le aziende partecipanti e PromoFirenze.
7	Fiera nr.3 di Fiera Milano International	FIERA	Asia		Fiera Milano	DA INDIVIDUARE	da 2 a 15	50.000					55.000		55.000	Organizzazione fiera espositiva all'estero, con previsione di scontistica da parte dell'organizzatore, da ripartire tra le aziende partecipanti e PromoFirenze.
8	Fiera AUTOMECHANIKA INDIA (New Delhi, 26 febbraio-1 marzo)	FIERA	India		Messe Frankfurt	26 febbraio- 1 marzo	da 2 a 15	70.000					78.000		78.000	Organizzazione fiera espositiva all'estero, con previsione di scontistica da parte dell'organizzatore, da ripartire tra le aziende partecipanti e PromoFirenze.
9	Fiera Leatherworld Dubai maggio 2015	FIERA	Emirati Arabi		Messe Frankfurt	maggio	da 2 a 15	70.000					78.000		78.000	Organizzazione fiera espositiva all'estero, con previsione di scontistica da parte dell'organizzatore, da ripartire tra le aziende partecipanti e PromoFirenze.
10	Fiera IQ - Interiors Qatar	FIERA	Paesi del Golfo		Corexpo	febbraio	da 2 a 15	70.000					75.000		75.000	Organizzazione fiera espositiva all'estero, con previsione di scontistica da parte dell'organizzatore, da ripartire tra le aziende partecipanti e PromoFirenze.
11	Fiera Brasile	FIERA	Brasile		Ente fiera LOCALE	DA INDIVIDUARE	da 2 a 15	50.000					55.000		55.000	Organizzazione fiera espositiva all'estero, con previsione di scontistica da parte dell'organizzatore, da ripartire tra le aziende partecipanti e PromoFirenze.
12	Fiera nr.2 (Corexpo)	FIERA	Nord America		Corexpo	DA INDIVIDUARE	da 2 a 15	50.000					55.000		55.000	Organizzazione fiera espositiva all'estero, con previsione di scontistica da parte dell'organizzatore, da ripartire tra le aziende partecipanti e PromoFirenze.
13	Fiera nr. 1 (Federlegno Arredo Eventi)	FIERA	Russia		Federlegno	DA INDIVIDUARE	da 2 a 15	50.000					55.000		55.000	Organizzazione fiera espositiva all'estero, con previsione di scontistica da parte dell'organizzatore, da ripartire tra le aziende partecipanti e PromoFirenze.
14	Fiera Illuminazione	FIERA	Estremo Oriente		Paralleli Trade Fairs	DA INDIVIDUARE	da 2 a 15	50.000					55.000		55.000	Organizzazione fiera espositiva all'estero, con previsione di scontistica da parte dell'organizzatore, da ripartire tra le aziende partecipanti e PromoFirenze.
15	Fiera	FIERA	Medio Oriente		Paralleli Trade Fairs	DA INDIVIDUARE	da 2 a 15	50.000					55.000		55.000	Organizzazione fiera espositiva all'estero, con previsione di scontistica da parte dell'organizzatore, da ripartire tra le aziende partecipanti e PromoFirenze.
S	SUBTOTALE FIERE						90	840.000	67.935	907.935	369.739	1.277.674	928.000	-	928.000	
Area Americhe - Progetto "America Latina" -																
16	Attività promozionale	Progetto complesso	AL	SI	In attesa da Unioncamere Emilia - Romagna e IIC (ex UCT)											Il presente progetto- giunto al nono anno di attività - concentra le proprie attività su tutti i Paesi dell'America Latina con l'obiettivo di supportare le aziende nei loro sforzi di penetrazione di quei Paesi. Il progetto prevede una serie di servizi di consulenza, così come una serie di iniziative business, quali missioni e giornate paese. Siamo in attesa di avere la conferma di partecipazione da Unioncamere Emilia Romagna.
17	consulenza e SAS	Seminario	AL					50.000	25.000				55.000		55.000	
18	Missione in Cile e Perù - multisettoriale	Missione	AL													
19	Missione in Messico - multisettoriale	Missione	AL													
20	Missione in Brasile - Perù - multisettoriale	Missione	AL													
S	SUBTOTALE Progetto America Latina							50.000	25.000	75.000	30.542	105.542	55.000	-	55.000	

NR	Attività/Progetto	TIPO DI INIZIATIVA	AREA GEOGRAFICA	SISTEMA CAMERALE	NOTE/PARTNER	PERIODO	NR AZIENDE	COSTI ESTERNI	RU	TOTALE COSTI DIRETTI	COSTI INDIRETTI	TOTALE COSTI	RICAVI AZIENDE	CONTRIBUTI DA EU, ENTI VARI	TOTALE RICAVI	DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO, INIZIATIVA, ATTIVITA'
PROGETTI EX ACCORDO ICE-ITA																
21	Ipotesi progettuale rivolta al distretto del mobile di Poggibonsi	Progetto complesso	Toscana		ICE-ITA		20	41.000					80.000		80.000	Progetto 1 - Progetto articolato in diverse azioni promozionali (Seminario Paese, Missione, Incoming) dedicato a cluster specifico di Area geografica toscana (da individuare)
22	Ipotesi progettuale rivolta al distretto della pelle e del cuoio di Castelfiorentino	Progetto complesso	Toscana		ICE-ITA		20	41.000					80.000		80.000	Progetto 2 - Progetto articolato in diverse azioni promozionali (Seminario Paese, Missione, Incoming) dedicato a cluster specifico di Area geografica toscana (da individuare)
23	Ipotesi progettuale rivolta al distretto conciario e calzaturiero di S. Croce sull'Arno (PI)	Progetto complesso	Toscana		ICE-ITA		20	41.000					80.000		80.000	Progetto 3 - Progetto articolato in diverse azioni promozionali (Seminario Paese, Missione, Incoming) dedicato a cluster specifico di Area geografica toscana
24	Ipotesi progettuale rivolta al distretto tessile di Prato	Progetto complesso	Toscana		ICE-ITA		20	41.000					80.000		80.000	Progetto 4 - Progetto articolato in diverse azioni promozionali (Seminario Paese, Missione, Incoming) dedicato a cluster specifico di Area geografica toscana
25	Ipotesi progettuale rivolta al distretto cartario di Capannori	Progetto complesso	Toscana		ICE-ITA		20	41.000					80.000		80.000	Progetto 5 - Progetto articolato in diverse azioni promozionali (Seminario Paese, Missione, Incoming) dedicato a cluster specifico di Area geografica toscana
26	Ipotesi progettuale rivolta al distretto orafa di Arezzo	Progetto complesso	Toscana		ICE-ITA		20	41.000					80.000		80.000	Progetto 6 - Progetto articolato in diverse azioni promozionali (Seminario Paese, Missione, Incoming) dedicato a cluster specifico di Area geografica toscana
27	Ipotesi progettuale rivolta al distretto del marmo di Carrara	Progetto complesso	Toscana		ICE-ITA		20	41.000					80.000		80.000	Progetto 7 - Progetto articolato in diverse azioni promozionali (Seminario Paese, Missione, Incoming) dedicato a cluster specifico di Area geografica toscana
28	Ipotesi progettuale rivolta al distretto florovivaistico di Pistoia	Progetto complesso	Toscana		ICE-ITA		20	41.000					80.000		80.000	Progetto 8 - Progetto articolato in diverse azioni promozionali (Seminario Paese, Missione, Incoming) dedicato a cluster specifico di Area geografica toscana
29	Ipotesi progettuale rivolta al distretto dell'abbigliamento di Empoli	Progetto complesso	Toscana		ICE-ITA		20	41.000					80.000		80.000	Progetto 9 - Progetto articolato in diverse azioni promozionali (Seminario Paese, Missione, Incoming) dedicato a cluster specifico di Area geografica toscana
30	Ipotesi progettuale rivolta al distretto calzaturiero di Lucca	Progetto complesso	Toscana		ICE-ITA		20	41.000					80.000		80.000	Progetto 10 - Progetto articolato in diverse azioni promozionali (Seminario Paese, Missione, Incoming) dedicato a cluster specifico di Area geografica toscana
S	SUBTOTALE Progetto ICE-ITA						100	410.000	112.788	522.788	212.895	735.683	800.000	-	800.000	
Grandi Eventi a Firenze																
31	Evento (Fiera-convegno) SHOPPING ONLINE	Progetto complesso	FIRENZE		PMI		150	60.000					45.000		45.000	Lancio di nuovo evento convegnistico-fieristico sul tema dello shopping on line
32	Evento (Fiera-convegno) WEDDING PLANNER	Progetto complesso	FIRENZE		PMI		100	60.000					45.000		45.000	Lancio di nuovo evento convegnistico-fieristico sul tema "wedding planning"
	SUBTOTALE Grandi Eventi a Firenze							120.000	66.449	186.449	75.928	262.377	90.000		90.000	
Progetto con Grande Distribuzione Organizzata																
33	Progetto con GDO italiana (inclusa gestione della spedizione e trasporto)	Progetto complesso	FIRENZE		PMI		20	33.000					22.500		22.500	Sull'esempio di progetti realizzati con alcune catene di Grande Distribuzione in Paesi esteri, per promuovere i prodotti delle Piccole e Medie imprese toscane, la presente ipotesi progettuale vuole individuare un paniere di aziende, piccole e medie realtà locali da introdurre nella GDO individuata, con la quale si arriverebbe ad un accordo per fare attività promozionali specifiche nei punti vendita coinvolti e favorire così l'inserimento di nuovi prodotti e nuove aziende stabilmente nel proprio paniere di prodotti a scaffale. Con tali aziende dovremmo stipulare un contratto, magari, con le dovute integrazioni/modifiche, sul tipo di quello degli agenti rappresentanti plurimandatari.
	SUBTOTALE Grande Distribuzione Organizzata						20	33.000	9.823	42.823	17.439	60.262	22.500		22.500	

NR	Attività/Progetto	TIPO DI INIZIATIVA	AREA GEOGRAFICA	SISTEMA CAMERALE	NOTE/PARTNER	PERIODO	NR AZIENDE	COSTI ESTERNI	RU	TOTALE COSTI DIRETTI	COSTI INDIRETTI	TOTALE COSTI	RICAVI AZIENDE	CONTRIBUTI DA EU, ENTI VARI	TOTALE RICAVI	DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO, INIZIATIVA, ATTIVITA'
PROGETTI E SERVIZI PER ASSOCIAZIONI E CONSORZI																
34	Missione 1 per Associazione di Categoria	MISSIONE	USA		Associazioni di categoria		8	14.000					15.000		15.000	Ipotesi di missione commerciale pianificata congiuntamente con il cliente, su paesi e settori predefiniti. Organizzazione agenda di incontri, supporto logistico, assistenza durante e dopo gli incontri.
35	Incoming 1 per Associazione di Categoria	INCOMING	USA		Associazioni di categoria		15	10.000					15.000		15.000	Ipotesi di incoming pianificato congiuntamente con il cliente, su paesi e settori predefiniti. Organizzazione agenda di incontri, supporto logistico, assistenza durante e dopo gli incontri.
36	Missione 1 per Associazione di Categoria	MISSIONE	da individuare anche sulla base delle richieste e dei desiderata dell'Associazione con la quale si arriverà all'accordo		Associazioni di categoria		8	14.000					15.000		15.000	Ipotesi di missione commerciale pianificata congiuntamente con il cliente, su paesi e settori predefiniti. Organizzazione agenda di incontri, supporto logistico, assistenza durante e dopo gli incontri.
37	Incoming 1 per Associazione di Categoria	INCOMING	da individuare anche sulla base delle richieste e dei desiderata dell'Associazione con la quale si arriverà all'accordo		Associazioni di categoria		15	10.000					16.000		16.000	Ipotesi di incoming pianificato congiuntamente con il cliente, su paesi e settori predefiniti. Organizzazione agenda di incontri, supporto logistico, assistenza durante e dopo gli incontri.
38	Incoming/evento per Consorzio Export	INCOMING	da individuare anche sulla base delle richieste e dei desiderata del Consorzio con il quale si arriverà all'accordo		Consorzi		15	18.000					25.000		25.000	Ipotesi di missione commerciale / incoming pianificato congiuntamente con il cliente, su paesi e settori predefiniti. Organizzazione agenda di incontri, supporto logistico, assistenza durante e dopo gli incontri.
39	Incoming/evento per Consorzio Export	INCOMING	da individuare anche sulla base delle richieste e dei desiderata del Consorzio con il quale si arriverà all'accordo		Consorzi		20	15.000					24.000		24.000	Ipotesi di missione commerciale / incoming pianificato congiuntamente con il cliente, su paesi e settori predefiniti. Organizzazione agenda di incontri, supporto logistico, assistenza durante e dopo gli incontri.
40	Incoming/evento per Consorzio Export	INCOMING	da individuare anche sulla base delle richieste e dei desiderata del Consorzio con il quale si arriverà all'accordo		Consorzi		15	15.000					24.000		24.000	Ipotesi di missione commerciale / incoming pianificato congiuntamente con il cliente, su paesi e settori predefiniti. Organizzazione agenda di incontri, supporto logistico, assistenza durante e dopo gli incontri.
41	Incoming/evento per Consorzio Export	INCOMING	da individuare anche sulla base delle richieste e dei desiderata del Consorzio con il quale si arriverà all'accordo		Consorzi		15	15.000					24.000		24.000	Ipotesi di missione commerciale / incoming pianificato congiuntamente con il cliente, su paesi e settori predefiniti. Organizzazione agenda di incontri, supporto logistico, assistenza durante e dopo gli incontri.
SUBTOTALE Progetti e servizi per Associazioni e Consorzi							111	111.000	48.724	159.724	65.045	224.768	158.000	-	158.000	
INCOMING PER SOGGETTI TERZI																
42	Incoming nr.1 settore e area geografica da concordare con il cliente	INCOMING	Emilia Romagna	SI			10-20	11.000					18.000		18.000	Realizzazione evento di incoming per conto di realtà istituzionale esterna
43	Incoming nr.2 settore e area geografica da concordare con il cliente	INCOMING	Emilia Romagna	SI			10-20	11.000					18.000		18.000	Realizzazione evento di incoming per conto di realtà istituzionale esterna
44	Incoming nr.3 settore e area geografica da concordare con il cliente	INCOMING	Emilia Romagna	SI			10-20	11.000					18.000		18.000	Realizzazione evento di incoming per conto di realtà istituzionale esterna
45	Incoming nr.4 settore e area geografica da concordare con il cliente	INCOMING	Umbria	SI			10-20	11.000					18.000		18.000	Realizzazione evento di incoming per conto di realtà istituzionale esterna
46	Incoming nr.5 settore e area geografica da concordare con il cliente	INCOMING	Marche	SI			10-20	11.000					18.000		18.000	Realizzazione evento di incoming per conto di realtà istituzionale esterna
47	Incoming nr.6 settore e area geografica da concordare con il cliente	INCOMING	Veneto	SI			10-20	11.000					18.000		18.000	Realizzazione evento di incoming per conto di realtà istituzionale esterna
48	Incoming nr.7 settore e area geografica da concordare con il cliente	INCOMING	Sicilia	SI			10-20	11.000					18.000		18.000	Realizzazione evento di incoming per conto di realtà istituzionale esterna
49	Incoming nr.8 settore e area geografica da concordare con il cliente	INCOMING	Campania	SI			10-20	11.000					18.000		18.000	Realizzazione evento di incoming per conto di realtà istituzionale esterna
SUBTOTALE Incoming per soggetti terzi								88.000	83.227	171.227	69.729	240.955	144.000	-	144.000	

NR	Attività/Progetto	TIPO DI INIZIATIVA	AREA GEOGRAFICA	SISTEMA CAMERALE	NOTE/PARTNER	PERIODO	NR AZIENDE	COSTI ESTERNI	RU	TOTALE COSTI DIRETTI	COSTI INDIRETTI	TOTALE COSTI	RICAVI AZIENDE	CONTRIBUTI DA EU, ENTI VARI	TOTALE RICAVI	DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO, INIZIATIVA, ATTIVITA'
INCOMING SETTORE TURISMO																
50	Incoming settore TURISMO (Firenze e presso clienti su tutto il territorio nazionale)	Incoming	Asia	SI			da 10 a 30	55.000	62.392	117.392		117.392	90.000		90.000	Realizzazione evento di incoming del settore in partecipazione di soggetto istituzionale esterno. Questa tipologia di attività prevede una doppia tappa di incontri d'affari, una a Firenze ed una in una seconda località
51	Incoming settore TURISMO (Firenze e presso clienti su tutto il territorio nazionale)	Incoming	America	SI												Realizzazione evento di incoming del settore in partecipazione di soggetto istituzionale esterno. Questa tipologia di attività prevede una doppia tappa di incontri d'affari, una a Firenze ed una in una seconda località
52	Incoming settore TURISMO (Firenze e presso clienti su tutto il territorio nazionale)	Incoming	Europa	SI												Realizzazione evento di incoming del settore in partecipazione di soggetto istituzionale esterno. Questa tipologia di attività prevede una doppia tappa di incontri d'affari, una a Firenze ed una in una seconda località
53	Incoming settore TURISMO (Firenze e presso clienti su tutto il territorio nazionale)	Incoming	Sud America	SI												Realizzazione evento di incoming del settore in partecipazione di soggetto istituzionale esterno. Questa tipologia di attività prevede una doppia tappa di incontri d'affari, una a Firenze ed una in una seconda località
54	Incoming settore TURISMO (Firenze e presso clienti su tutto il territorio nazionale)	Incoming	Russia	SI												Realizzazione evento di incoming del settore in partecipazione di soggetto istituzionale esterno. Questa tipologia di attività prevede una doppia tappa di incontri d'affari, una a Firenze ed una in una seconda località
SUBTOTALE Incoming settore turismo							50	55.000	62.392	117.392	47.806	165.198	90.000		90.000	
SUBTOTALE INIZIATIVE PROMOZIONALI								1.707.000	476.338	2.183.338	889.122	3.072.460	2.287.500	-	2.287.500	
SERVIZI DI ASSISTENZA SPECIALISTICA																
56	Servizi di Assistenza alle imprese su mercati esteri e internazionalizzazione (anche organizzazione seminari tecnici, accoglienza delegazioni)	Consulenze					50	18.000					83.000		83.000	Servizi di consulenza alle imprese (ricerca partner, penetrazione commerciale, gestione di problematiche tecniche, doganali, attinenti ai pagamenti, alla contrattualistica, al packaging, al labelling, ecc.)
57	SNI - SERVIZIO NUOVE IMPRESE	Consulenze														Servizio gratuito di prima assistenza agli aspiranti imprenditori. Servizio realizzato per conto della CCIAA
58	Progetto Master per Manager di Rete	Seminario			APCO - Associazione Italiana Consulenti di Management	febbraio-novembre	20	10.500					16.000		16.000	Progetto di formazione che vede PromoFirenze in partnership con APCO (Associazione Professionale Italiana Consulenti Manager di Rete) nella realizzazione a Firenze di un master per manager di rete.
59	Accreditamento AS per attività formative	Consulenze						10.000								Per realizzare attività formative cofinanziate, è necessario ottenere il riconoscimento dalla Regione Toscana come ente formatore
60	Servizi di consulenza e rappresentanza gratuiti	Consulenze				gennaio-dicembre	80						-			- Servizi di consulenza semplice erogati gratuitamente alle imprese
61	Progetto "Temporary Export Management" per imprese e raggruppamenti di imprese e reti	Consulenze				gennaio-dicembre	5	11.411					9.000		9.000	Consulenza avanza finalizzati a supportare imprese e raggruppamenti di imprese con servizi che coprono tutta la gamma di esigenze del cliente.
62	Progetto PF CARD	progetto complesso				gennaio-dicembre		10.000					15.000		15.000	Card a pagamento per le aziende che usufruiscono dei servizi di PromoFirenze.
63	Spese per missioni e sviluppo attività commerciale							38.500								- Viaggi e spostamenti del personale della Divisione per lo sviluppo dell'attività commerciale.
SUBTOTALE SERVIZI ASSISTENZA SPECIALISTICA							155	98.411	99.104	197.515	80.434	277.949	123.000		123.000	
DESK ESTERI																
64	DESK PERU' - Lima desk autonomo - capofila PromoFirenze	desk estero	America Latina	SI	Made in Vicenza/Torino/Padova	gennaio-dicembre		27.000		27.000	10.995	27.000	20.250		20.250	Desk di PromoFirenze a Lima in condivisione con Camera di Torino, Made in Vicenza e (ancora in fase verifica) Promex Padova.
SUBTOTALE DESK ESTERI								27.000	-	27.000	10.995	27.000	20.250	-	20.250	

NR	Attività/Progetto	TIPO DI INIZIATIVA	AREA GEOGRAFICA	SISTEMA CAMERALE	NOTE/PARTNER	PERIODO	NR AZIENDE	COSTI ESTERNI	RU	TOTALE COSTI DIRETTI	COSTI INDIRETTI	TOTALE COSTI	RICAVI AZIENDE	CONTRIBUTI DA EU, ENTI VARI	TOTALE RICAVI	DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO, INIZIATIVA, ATTIVITA'		
PROGETTAZIONE COFINANZIATA																		
65	Progetto ESCAPE	progetto cofinanziato	Europa	NO	Capofila Camera di Commercio di CIPRO	gennaio-dicembre	anziani	9.062	76.642	85.704			-	27.034	27.034	Progetto cofinanziato finalizzato alla promozione dei flussi turistici transnazionali di turisti senior.		
66	Programma Central Asia Invest III - Progetto "Handicraft and business through regional integration and fair trade market"	progetto cofinanziato	Asia centrale	NO	Capofila CESVI	gennaio-dicembre	istituzioni locali	3.050		3.050				-	10.243	10.243	Progetto di proseguimento in Tajikistan e Kirghizistan finalizzato alla diffusione delle buone pratiche per l'erogazione dei servizi all'internazionalizzazione delle PMI.	
67	Progetto Euromed Invest (Invest in Med II)	progetto cofinanziato	Nord Africa	SI	Capofila CEI Piemonte	gennaio-dicembre	5	1.316		1.316				-	5.066	5.066	Progetto di sessioni B2B che saranno realizzate nell'ambito della fiera Pollutech Maroc.	
68	Progetto EEN SME2EU:	progetto cofinanziato	Europa	SI	Capofila PromoFirenze	gennaio-dicembre	433									Nuovo raggruppamento di EEN di Toscana, Umbra e Marche con capofila PromoFirenze. Di seguito gli obiettivi previsti dal progetto europeo.		
69	Relazioni contrattuali con la Commissione europea per il coordinamento delle attività e dei relativi costi con corrispondenti rendicontazioni dei Partner nelle 3 Regioni del Centro Italia.								14.000	113.073	127.073	127.073		159.746	159.746			
	Eventi locali gratuiti per PMI su politiche dell'UE (es REACH, Appalti Pre-Commerciali...)																300	
	Eventi B2B (incontri bilaterali gratuiti con imprese estere) organizzati dalla rete EEN																21	
	Offerte e/o richieste di cooperazione di imprese locali presentate ad imprenditori stranieri.																80	
	Attività di cooperazione di EEN finalizzate a generare la stipula accordi fra imprese locali ed estere																4	
	Pareri di imprenditori da trasmettere all'UE su tematiche rivolte alle PMI decise da Bruxelles																13	
	Quesiti su politiche dell'UE sottoposti dalle imprese estere																15	
Partecipazione alle attività (storie di successo, buone pratiche, siti, brochure, newsletter periodiche etc...) e alle riunioni di livello regionale, multiregionale, nazionale ed internazionale (Convention, Sector Group sul turismo...) della rete EEN.																		
Coordinamento della rendicontazione per l'UE delle attività svolte da altre Unità Operative delle Divisioni di PromoFirenze.																		
SUBTOTALE PROGETTAZIONE COFINANZIATA							438	27.428	189.715	217.143	88.427	305.570	-	202.089	202.089			
SPESE VARIE DI AREA																		
	Spese varie di area per ulteriori iniziative							5.000		5.000	2.036						spese varie connesse allo sviluppo del presente piano (spedizioni merci, servizi di consulenza, ecc.)	
T	TOTALE GENERALE DI DIVISIONE INTERNAZIONALIZZAZIONE								1.864.839	765.157	2.629.996	1.071.015	3.701.011	2.430.750	202.089	2.632.839		
	CONTRIBUTO CAMERALE INIZIATIVE FINALIZZATE (BTO, EXPO, SNI)																	
	TOTALE GENERALE DI DIVISIONE (ESCLUSO IL CONTRIBUTO CAMERALE)								1.864.839	765.157	2.629.996	1.071.015	3.701.011	2.430.750	202.089	2.632.839		

PIANO ATTIVITA' 2015 - Divisione Finanza

PIANO ATTIVITA' 2015 - Budget assegnato alla Divisione Finanza

NR	Attività/Progetto	PARTNER	NOTE	NR AZIENDE	COSTI ESTERNI	RU	TOTALE COSTI DIRETTI	COSTI INDIRETTI	TOTALE COSTI	TOTALE RICAVI	DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO, INIZIATIVA, ATTIVITA'
1	Assistenza tecnica su finanza agevolata (domande di finanziamento, rendicontazioni, sbf), su finanza ordinaria (richiesta di garanzie, etc), altro (business plan, consulenze, etc)	Istituti di credito	Avvio programmazione Fondi UE 2014 - 2020	50	2.800	83.172	85.972	59.708	145.679	160.000	Il servizio di assistenza tecnica per favorire le imprese di diversi settori di attività (industria, artigianato, commercio e turismo, innovazione, internazionalizzazione, ambiente, ricerca scientifica) nelle loro capacità di accesso a strumenti finanziari consiste nella preparazione, nell'inoltro, nell'assistenza durante la fase di valutazione e nella rendicontazione di una richiesta di agevolazioni. Il servizio è erogato previo conferimento di incarico da parte dell'impresa e prevede tutta la fase di progettazione funzionale alla richiesta ed ottenimento delle agevolazioni. Durante la prima fase del servizio è condotta un'analisi dei singoli elementi del programma di investimenti e la loro elaborazione per evidenziare gli eventuali punti di forza e di debolezza. Viene inoltre elaborato un business plan, più o meno complesso a seconda di quanto richiesto dalle singole normative. Questa attività è strettamente legata ai bandi (aperti) dei vari enti che gestiscono fondi, anche di derivazione UE, destinati alle imprese, pertanto è influenzata dalla quantità di bandi e relative risorse a disposizione degli stessi enti erogatori.
	Nuovi progetti FESR, programmazione 2014 - 2020 e nazionale - settore innovazione	Istituti di credito, professionisti	è necessario condurre una intensa campagna promozionale attraverso: canali istituzionali, istituti bancari, professionisti, sito web, newsletter, associazioni ed accordi con soggetti aggregatori di imprese	5	500	11.436				22.000	Assistenza tecnica alle imprese nella fase di accesso alle agevolazioni previste per i progetti di ricerca e l'innovazione presentati dalle imprese, in forma singola e/o associata, a valere sui fondi FESR 2014 - 2020 e sui fondi MISE e MIUR. L'attività presuppone lo studio e la promozioni dei bandi di volta in volta pubblicati.
	Gestione progetti in essere FESR, programmazione 2014 - 2020 e nazionale - settore innovazione	Istituti di credito, professionisti		5	300	12.996				25.000	Assistenza alle imprese nella fase di gestione e rendicontazione dei progetti di ricerca e l'innovazione presentati dalle imprese, in forma singola e/o associata ed agevolati a valere sui fondi FESR 2014 - 2020 e sui fondi MISE e MIUR
	Nuovi progetti FESR, programmazione 2014 - 2020 e nazionale - settore internazionalizzazione	Istituti di credito, professionisti	è necessario condurre una intensa campagna promozionale attraverso: canali istituzionali, istituti bancari, professionisti, sito web, newsletter, associazioni ed accordi con soggetti aggregatori di imprese	5	300	7.797				15.000	Assistenza tecnica alle imprese nella fase di accesso alle agevolazioni previste per i progetti di internazionalizzazione presentati dalle imprese, in forma singola e/o associata, a valere sui fondi FESR 2014 - 2020 e sui fondi FAS. L'attività presuppone lo studio e la promozioni dei bandi di volta in volta pubblicati.
	Gestione progetti in essere FESR, programmazione 2014 - 2020 e nazionale - settore internazionalizzazione	Istituti di credito, professionisti		5	300	7.798				15.000	Assistenza tecnica alle imprese nella fase di gestione e rendicontazione dei progetti di internazionalizzazione presentati dalle imprese, in forma singola e/o associata ed agevolati a valere sui fondi FESR 2014 - 2020 e sui fondi FAS
	Nuovi progetti per start-up	Istituti di credito, professionisti	è necessario condurre una intensa campagna promozionale attraverso: canali istituzionali, istituti bancari, professionisti, sito web, newsletter, associazioni ed accordi con soggetti aggregatori di imprese	5	-	1.559				3.000	Attività di assistenza agli aspiranti imprenditori per la stesura del business plan e per la richiesta delle agevolazioni regionali per l'imprenditoria giovanile e femminile. L'attività presuppone lo studio e la promozioni dei bandi di volta in volta pubblicati.
	Gestione progetti in essere start-up	Istituti di credito, professionisti		5	-	1.040				2.000	Attività di assistenza agli aspiranti imprenditori per la gestione dei progetti beneficiari delle agevolazioni regionali per l'imprenditoria giovanile e femminile
	Nuovi progetti FESR, programmazione 2014 - 2020 e nazionale - investimenti materiali settore manifatturiero	Istituti di credito, professionisti	è necessario condurre una intensa campagna promozionale attraverso: canali istituzionali, istituti bancari, professionisti, sito web, newsletter, associazioni ed accordi con soggetti aggregatori di imprese	5	300	5.198				10.000	Assistenza tecnica alle imprese nella fase di accesso alle agevolazioni previste per i progetti di investimento in macchinari, impianti ed attrezzature presentati dalle imprese manifatturiere, in forma singola e/o associata, a valere sui fondi FESR 2014 - 2020 e sui fondi FAS. L'attività presuppone lo studio e la promozioni dei bandi di volta in volta pubblicati.
	Gestione progetti in essere FESR, programmazione 2014 - 2020 e nazionale - investimenti materiali settore manifatturiero	Istituti di credito, professionisti		5	300	5.198				10.000	Assistenza tecnica alle imprese nella fase di gestione e rendicontazione dei progetti di di investimento in macchinari, impianti ed attrezzature presentati dalle imprese manifatturiere, in forma singola e/o associata ed agevolati a valere sui fondi FESR 2014 - 2020 e sui fondi FAS
	Nuovi progetti FESR, programmazione 2014 - 2020 e nazionale - investimenti materiali settori turismo e commercio	Istituti di credito, professionisti	è necessario condurre una intensa campagna promozionale attraverso: canali istituzionali, istituti bancari, professionisti, sito web, newsletter, associazioni ed accordi con soggetti aggregatori di imprese	5	300	4.159				8.000	Assistenza tecnica alle imprese nella fase di accesso alle agevolazioni previste per i progetti di investimento in macchinari, impianti ed attrezzature presentati dalle imprese turistiche e commerciali, in forma singola e/o associata, a valere sui fondi FESR 2014 - 2020 e sui fondi FAS. L'attività presuppone lo studio e la promozioni dei bandi di volta in volta pubblicati.
	Gestione progetti in essere FESR, programmazione 2014 - 2020 e nazionale - investimenti materiali settori turismo e commercio	Istituti di credito, professionisti	è ricompresa la previsione di ricavo relativa al progetto CORE attualmente in istruttoria	5	500	25.991				50.000	Assistenza tecnica alle imprese nella fase di gestione e rendicontazione dei progetti di di investimento in macchinari, impianti ed attrezzature presentati dalle imprese turistiche e commerciali, in forma singola e/o associata ed agevolati a valere sui fondi FESR 2014 - 2020 e sui fondi FAS

NR	Attività/Progetto	PARTNER	NOTE	NR AZIENDE	COSTI ESTERNI	RU	TOTALE COSTI DIRETTI	COSTI INDIRETTI	TOTALE COSTI	TOTALE RICAVID	DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO, INIZIATIVA, ATTIVITA'
2	Rapporti con enti sponsor / associazioni		Rinnovati gli accordi con CNA Toscana e Banca di Cambiano (accordi che prevedono un corrispettivo). Rinnovati anche quelli con la BCC di Impruneta, la BCC di Signa, la BCC Chiantibanca e la BCC del Valdarno Fiorentino, Fidalberghi, Confartigianato Siena (accordi gratuiti).	2	200	4.687	4.887	3.394	8.281	7.636	Oggetto della sponsorizzazione è offrire agli sponsor un servizio di aggiornamento sui bandi agevolativi per le imprese di volta in volta pubblicati e fornire un punto di riferimento tecnico per assistere la propria clientela sulle pratiche di finanza agevolata.
	Banca di Credito Cooperativo di Cambiano		Accordo di collaborazione in essere dal 2002	1	200	3.013			321300%	4.136	Assistenza alle imprese clienti della banca per l'accesso alle agevolazioni pubbliche, anche in affiancamento ai gestori commerciali della banca stessa.
	CNA Toscana		Accordo di collaborazione in essere dal 2012	1	-	1.674			167400%	3.500	Attività di informazione ed assistenza a Cna Toscana sulle agevolazioni pubbliche in essere
3	ORIENTAMENTO ALLA CREAZIONE DI IMPRESA	Camera di Commercio	Partecipazione richiesta dalla Camera di Commercio di Firenze	5	100	3.195	3.295	2.288	5.583		Il progetto, rivolto agli alunni del IV e V anno delle scuole medie superiori delle provincia di Firenze, ha lo scopo di: favorire l'autoriflessione sulle proprie capacità, risorse e potenzialità imprenditoriali; raccogliere informazioni sulle caratteristiche e i modelli dell'imprenditorialità; aiutare gli alunni a redigere un business plan. Sono previsti 5 moduli della durata di 8 ore ciascuno
4	Gestione sito web SEZIONE FINANZA				-	4.017	4.017	2.790	6.807		Aggiornamento della sezione del sito web dedicata alle opportunità di finanza agevolata di fonte comunitaria, nazionale e locale
5	Risposte a quesiti di prefattibilità			200	-	13.503	13.503	9.378	22.881		Il servizio, che presuppone la conoscenza approfondita delle varie normative di agevolazione, consiste nello studio del progetto proposto dalle singole imprese e nella verifica delle possibilità di accesso a contributi pubblici.
6	PROGETTO OCP			6	1.500	-	1.500	1.042	2.542		La CC di Firenze, la Regione Toscana, il Comune di Firenze hanno promosso un progetto, denominato One Contact Point, finalizzato a semplificare i rapporti tra imprese e pubblica amministrazione. Al progetto hanno aderito 18 grandi imprese della provincia. La Camera ha chiesto la collaborazione di PromoFirenze per la costituzione di un gruppo di lavoro per la conduzione delle attività, gruppo di lavoro costituito da 7 risorse, 3 di Promofirenze e 4 della Camera. Tali risorse hanno il compito di raccogliere le problematiche delle 18 grandi imprese nei loro rapporti con la PA e seguire l'iter di risoluzione dei casi proposti.
TOTALE DIVISIONE FINANZA AGEVOLATA				257	4.600	108.574	113.174	78.600	191.774	167.636	

PIANO ATTIVITA' 2015 - Divisione Laboratorio Chimico

PIANO ATTIVITA' 2015 - Budget assegnato alla Divisione Laboratorio Chimico Merceologico

NR	CODICE	Attività/Progetto	PARTNER	Numero Aziende	NOTE	PERIODO	COSTI ESTERNI	RU	TOTALE COSTI DIRETTI	COSTI INDIRETTI	TOTALE COSTI	RICAVI AZIENDE	CONTRIBUTI	TOTALE RICAVI	DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO, INIZIATIVA, ATTIVITA'
ANALISI CHIMICHE E SENSORIALI							67.400	236.765	304.165	194.744	498.909	300.000	-	300.000	
1	ANALISI CHIMICHE	vino docg - vino non docg - olio - varie				gen-dic	64.400	229.662	294.062	188.276	482.338	291.000	-	291.000	Attività di analisi chimiche su campioni presentati da clienti (principalmente vino e olio - nelle varie rientrano: alimenti, acque, ec..).
		ANALISI OLIO										130.000	-	130.000	Le analisi dell'olio vengono effettuate per clienti (aziende, consorzi, enti di certificazione...) conto terzi. Per l'anno 2015 si prevede di incrementare il fatturato delle analisi su matrice olio a seguito di accordi con enti di certificazione/consorzi presenti nel territorio (olio extravergine di oliva toscano IGP)
		ANALISI VARIE					64.400	229.662	294.062	188.276	482.338	26.000	-	26.000	Con "analisi varie" si intendono analisi effettuate su matrici differenti come prodotti da forno, prodotti ortofruttili, acque, terreni, cereali, sottoprodotti della lavorazione delle principali filiere..... Tali analisi vengono effettuate per clienti (aziende, consorzi, enti di certificazione...) conto terzi.
		ANALISI VINI DOCG										110.000	-	110.000	In questa categoria rientrano le analisi che vengono effettuate per l'ente di certificazione Toscana Certificazione Agroalimentare necessarie per lottenimento della certificazione a Denominazione di Origine Controllata (docg) a Denominazione di Origine Protetta (dop) ed aa Indicazione Geografica Tipica (igt).
		ANALISI VINI NON DOCG										25.000	-	25.000	Le analisi del vino vengono effettuate per clienti (aziende, consorzi, enti di certificazione...) conto terzi. Si tratta principalmente di analisi che vengono effettuate su uve, mosti, vino in fermentazione, controlli di cantina, preventive per imbottigliamento....
2	SENSORIALE	Attività sensoriale conto terzi				gen-dic	3.000	7.103	10.103	6.469	16.571	9.000	-	9.000	
SISTEMA QUALITA'							8.000	-	8.000	5.122	13.122			-	
3	QUALITA'	Accredia				gen-dic	8.000	-	8.000	5.122	13.122				Per l'autorizzazione ministeriale (analisi ufficiali vino e olio) è obbligatorio mantenere l'accreditamento - ACCREDIA (conformità alla norma UNI EN ISO/IEC 17025:2005 Requisiti generali per la competenza dei Laboratori di prova e taratura).
STUDI E RICERCHE							38.300	76.948	115.248	73.789	189.037		100.000	100.000	Attività di trasferimento tecnologico e miglioramento delle filiere del territorio. Questa attività viene realizzata grazie a finanziamenti a bando di tipo regionale, ministeriale, europeo ..oppure grazie a richieste di enti pubblici e privati a pagamento.
4	15-OLENUTRA	PROGETTO OLENUTRA					8.700	19.730	28.430	18.203			25.000	25.000	
5	15-ENOIL	PROGETTO ENOIL					29.600	57.218	86.818	55.586			72.500	72.500	
6		NUOVO PROGETTO					-						2.500	2.500	
INCARICHI DIVERSI							26.500	67.083	93.583	59.918	153.501	85.000	-	85.000	Gli incarichi diversi sono attività che vengono realizzate grazie a finanziamenti esterni di altri enti pubblici o privati. Per di più si tratta di attività che vengono sviluppate a supporto delle filiere di produzione vitivinicola e oleicola.
7	SCUOLASELER	Selezione regionale ed Ercole Olivario				genn-apr									
8	SCUOLARING	Ring Test Capi Panel				lug-ott									
9	SCUOLASEMASS	Seminario per assaggiatori				aprile									
10	SCUOLAAZIENDE	Incontri con le Aziende				mar-apr									
11	SCUOLAVARIE	Altre iniziative scuola dell'olio				giu-dic									
12	EXPO RURALE	Evento Expo Rurale 2015				lug-sett									
13	INCARICHI	Programmazione Incarichi				gen-dic									Attività propedeutica alla ricerca di ulteriori incarichi, non ancora definiti (riunioni, contatti, incontri con istituzioni, enti ed organismi interessati)
CORSI							13.800	35.515	49.315	31.574	80.889	45.000	-	45.000	Corsi per la conoscenza delle filiere agroalimentari del territorio toscano che vengono effettuati a pagamento dei partecipanti.
14	OLIO	Corso olio				apr-giu									Corso per la valutazione della soglia fisiologica di assaggio, primo step per l'iscrizione all'elenco degli assaggiatori di olio vergine di oliva. Si tratta di un corso di 40 ore che viene realizzato dagli anni 90 una volta all'anno.
15	ASSAGGI OLIO	Sedute Assaggi Olio				feb-apr									Sedute di assaggio per assaggiatori di oli di oliva vergini (requisito necessario all'iscrizione all'elenco assaggiatori di oli di oliva: 20 sedute in 12 mesi): sono organizzate durante tutto l'anno e guidate da un Capo Panel dei comitati di assaggio della Camera di Commercio di Firenze.
16	VINO	Corso vino				mag-giu									Corso per la conoscenza delle pratiche di assaggio del vino e della filiera vitivinicola. E' necessario per l'iscrizione all'elenco degli assaggiatori di vino e per poter operare nelle commissioni di assaggio.
17	FRANTOIANI	Corso frantoiani				sett-dic									Corso per tecnici di frantoio. Vengono trattate tutte le problematiche inerenti raccolta e stoccaggio delle olive e la trasformazione di queste in olio. Viene sviluppato in aula e in frantoio/campo. E' un corso con finalità pratiche.
18	CORSO generico	Corso generico				ottobre									Corsi per aziende private e consorzi per la conoscenza delle filiere del vino, dell'olio, dell'aceto...Si tratta soprattutto di corsi fatti su richiesta del cliente.
19	CORSI	Programmazione nuovi corsi				gen-dic									Attività propedeutica all'organizzazione di ulteriori corsi ed altre attività didattiche (riunioni, contatti, incontri con istituzioni, enti ed organismi interessati).
TOTALE GENERALE DI DIVISIONE							154.000	416.311	570.311	365.147	935.458	430.000	100.000	530.000	