



CAMERA DI COMMERCIO DI BARI

**Piano della performance
2011-2013**

novembre 2011



SOMMARIO

PRESENTAZIONE DEL PIANO	3
SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI STAKEHOLDER	5
> CHI SIAMO.....	5
> COSA FACCIAMO	5
> COME OPERIAMO	5
IDENTITÀ	9
> L'AMMINISTRAZIONE IN CIFRE	9
> ALBERO DELLA PERFORMANCE	12
ANALISI DEL CONTESTO	13
> CONTESTO ESTERNO.....	13
> CONTESTO INTERNO.....	21
OBIETTIVI STRATEGICI E OBIETTIVI OPERATIVI PER IL PERIODO 2011-2013	25
ATTUAZIONE E MIGLIORAMENTO DEL CICLO DI GESTIONE DELLA PERFORMANCE	48
ALLEGATI TECNICI.....	49



PRESENTAZIONE DEL PIANO

La Camera di commercio di Bari, quale istituzione pubblica autonoma, è coinvolta nell'attuale processo di riforma che ha previsto l'introduzione del Piano della performance tra i documenti di programmazione degli Enti pubblici.

Il Piano della performance è lo strumento attraverso il quale sono avviate le fasi del Ciclo di gestione della performance, consistente nell'insieme delle attività volte a garantire l'indirizzo, il coordinamento e il controllo dell'operato dell'Ente camerale.

La Camera di commercio di Bari si è riproposta di redigere fin dal primo anno un documento programmatico triennale per il periodo 2011-2013, con il quale esplicitare la propria *mission* e gli obiettivi che intende realizzare, impegnandosi a misurare, valutare e rendicontare la performance realizzata. Il Piano diventa pertanto uno strumento per:

- > individuare e incorporare le attese degli stakeholder;
- > rendere più efficaci i meccanismi di comunicazione interna ed esterna, favorendo un'effettiva *accountability* e trasparenza;
- > migliorare il coordinamento della struttura organizzativa.

Come richiesto dal Decreto legislativo n. 150 del 2009, il Piano della performance della Camera di commercio di Bari è redatto in modo tale da garantire "la qualità, la comprensibilità e l'attendibilità dei documenti di rappresentazione della performance".

In particolare ciò significa assicurare:

- > *qualità* intesa come rappresentazione della performance tale da permettere la verifica interna ed esterna del sistema degli obiettivi e del livello di coerenza con i requisiti metodologici;
- > *comprensibilità*, intesa come esplicitazione chiara del legame tra i bisogni della collettività, la Mission, le Aree strategiche di intervento, le azioni intraprese e gli obiettivi che si intende raggiungere;
- > *attendibilità*, intesa come possibilità di verificare ex-post la correttezza metodologica del processo di pianificazione.

La Camera di commercio di Bari si è quindi dotata di un nuovo strumento capace di rendere partecipe la comunità degli obiettivi che si è data, garantendo trasparenza e intelligibilità ai suoi interlocutori; le imprese, le associazioni, le altre istituzioni pubbliche, i consumatori, i lavoratori dipendenti, i singoli cittadini e tutti i portatori di interesse rilevanti.

Questa prima sperimentazione del Piano della performance 2011-2013 segue la logica di un approccio graduale al Ciclo di gestione della performance da parte dell'Ente camerale, poiché l'adeguamento al Decreto 150/2009 richiede una progressiva ridefinizione delle logiche organizzative e gestionali, attraverso l'introduzione di appositi strumenti di cui l'Ente si doterà. A questo si aggiunge che il 2011 è stato un anno di transizione che ha visto il rinnovo degli Organi camerali. Per tali motivazioni, il Piano della performance è stato redatto in base ai documenti programmatici preesistenti; in particolar modo si è fatto riferimento alla Relazione previsionale e programmatica 2011. Il Piano verrà successivamente aggiornato in modo da garantire la sua coerenza con il Programma pluriennale di mandato in via di definizione e con gli altri documenti



programmatici, nell'ottica di un aggiornamento annuale a scorrimento, così come previsto dalla stessa norma.

IL PRESIDENTE
Alessandro Ambrosi



SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI STAKEHOLDER

> CHI SIAMO

La Camera di commercio di Bari svolge “funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell’ambito delle economie locali” così come stabilito dalla legge 580 del 1993. È un ente pubblico che svolge un ruolo propulsivo dello sviluppo locale, al servizio delle imprese e della comunità del proprio territorio.

La Camera di commercio, quale ente autonomo, è legittimato a darsi un proprio indirizzo programmatico e politico, e gode di autonomia anche sotto il profilo finanziario e gestionale. Inoltre, per adempiere al meglio alla propria missione istituzionale, è parte integrante della rete delle Camere di commercio in Italia e all’estero, opera in partnership con gli altri organismi e Istituzioni a livello locale e nazionale e collabora con le Associazioni imprenditoriali. Questa rete di relazioni contribuisce a qualificare la Camera come la porta di accesso per le imprese alla pubblica amministrazione, assumendo il ruolo di punto di incontro tra le attività produttive e lo Stato.

La Camera di Bari ispira la propria azione ai valori di:

- > imparzialità e trasparenza;
- > efficacia, efficienza, economicità;
- > pubblicità, partecipazione e semplificazione delle procedure;
- > professionalità e responsabilità delle risorse umane che vi operano;
- > riconoscimento e tutela delle pari opportunità tra donne e uomini;
- > sussidiarietà, collaborazione e cooperazione con le altre Amministrazioni pubbliche e con le Organizzazioni rappresentative delle categorie economiche e sociali;
- > miglioramento continuo della qualità dei servizi.

> COSA FACCIAMO

La Camera di commercio di Bari cura gli interessi generali delle imprese locali e promuove la crescita del tessuto economico del territorio. In modo diretto, o tramite le proprie Aziende speciali, la Camera offre agli utenti servizi sempre più ampi e articolati per adattare la dimensione produttiva locale ai nuovi scenari economici europei.

All’Ente camerale sono attribuite funzioni di tipo amministrativo, che rappresentano la tradizionale attività delle Camere di commercio e che hanno per oggetto gli adempimenti anagrafici e certificativi per le imprese. La Camera svolge inoltre attività promozionali per il sostegno delle imprese e lo sviluppo dell’economia. A queste si aggiungono le funzioni di regolamentazione del mercato, di monitoraggio, di studio e di analisi dell’economia locale. Infine l’Ente realizza attività di formazione e informazione economica; attività di marketing territoriale; iniziative per favorire l’accesso al credito da parte delle imprese e sostiene l’internazionalizzazione, lo sviluppo delle infrastrutture e l’innovazione.

> COME OPERIAMO

L’Ente camerale di Bari si posiziona in mezzo tra il Sistema camerale e il sistema locale, svolgendo le proprie attività accanto ad altri organismi e istituzioni nazionali. Nell’ambito di queste relazioni, la Camera elabora strategie e azioni d’intervento. Il dialogo continuo con diversi attori locali rafforza azioni della Camera di commercio volte a promuovere lo sviluppo del sistema produttivo del territorio barese.



Il Sistema camerale. La recente Riforma della L. 580/93 definisce le Camere di commercio parti integranti del Sistema camerale cui appartengono. È una rete aperta al servizio degli operatori, che non ha un unico centro ma si basa sulla interazione e sulla collaborazione tra i diversi soggetti che la compongono. Il Sistema camerale, di cui la Camera di Bari fa parte, permette infatti la condivisione delle competenze e del know-how per realizzare iniziative progettuali comuni.

Oltre alle Camere di commercio italiane, fanno parte del Sistema camerale, le Camere di commercio italiane all'estero, le Camere italo-estere, le Aziende speciali, le Unioni regionali, l'Unioncamere nazionale e le altre strutture di sistema. Il Sistema camerale è composto da 105 Camere di commercio, 130 Aziende Speciali, 19 Unioni regionali, 9 Centri esteri regionali, 75 Camere di commercio italiane all'estero, 35 Camere di commercio italo-estere, circa 2.000 partecipazioni in enti e società per lo sviluppo delle infrastrutture.

Macro-organizzazione. Per adempiere al meglio alla sua missione al servizio delle imprese e dell'economia locale, la Camera di commercio di Bari si è dotata di:

- > 3 Aziende speciali quali strutture operative in specifici settori;
- > sedi distaccate;
- > partecipazioni in società, consorzi e altre strutture appartenenti al Sistema camerale o localizzate nel territorio.

Le Aziende speciali contribuiscono a raggiungere gli obiettivi dell'Ente e svolgono un ruolo fondamentale di assistenza alle imprese, in aree strategiche per la loro competitività.

L'Azienda speciale **AICAI** - Assistenza Imprese commerciali, artigiane e industriali - realizza iniziative prevalentemente in materia di internazionalizzazione, in particolare:

- > eroga servizi di informazione personalizzata;
- > attua programmi di ricerca partner;
- > realizza progetti finalizzati all'incremento della produttività delle imprese che operano nei settori artigianale, commerciale e industriale;
- > cura la redazione della newsletter "Mercato Globale".

L'Azienda speciale **IFOC** - Formazione commercio e terziario G. Orlando - si occupa dell'aggiornamento professionale delle risorse umane, dello sviluppo di nuove professionalità e di nuove competenze.

Le attività di IFOC riguardano in particolare le seguenti aree:

- > accesso all' Albo degli agenti di affari in mediazione immobiliare merceologica e dei promotori finanziari;
- > arbitrato e procedure di conciliazione extragiudiziali;
- > creazione d'impresa;
- > grande distribuzione organizzata e commercio;
- > intermediazione finanziaria, credito e assicurazioni;
- > internazionalizzazione delle imprese e commercio estero;
- > servizi alle imprese;
- > sicurezza in azienda;
- > turismo e ospitalità.

L'Azienda speciale **SAMER** - Servizio Analisi Chimico-Merceologiche - fa parte della Rete nazionale dei laboratori delle Camere di commercio. Fornisce alle imprese un'ampia gamma di analisi chimico-fisiche, microbiologiche e di certificazione della qualità. Offre inoltre supporto e assistenza nell'applicazione delle normative tecniche e legislative.



Per assicurare una diffusa presenza sul territorio, la Camera ha istituito Sedi distaccate nei comuni di Andria, Barletta, Gioia del Colle e Monopoli. Sono strutture in grado di offrire una serie di servizi, articolati in base alle specifiche esigenze delle imprese.

Attraverso la partecipazione in società operanti in settori strategici come infrastrutture, trasporti, turismo, internazionalizzazione e innovazione, la Camera di commercio garantisce il sostegno all'economia provinciale e allo sviluppo del territorio.

Le partecipazioni della Camera di commercio di Bari

PARTECIPAZIONI IN IMPRESE COLLEGATE		
SOCIETÀ	QUOTA DI PARTECIPAZIONE	VALORE ANNO 2010 (€)
PRO.ME.M SUD EST SPA	37%	109.156
C.S.A. CONSORZIO SERVIZI AVANZATI SCPA	21,8%	267.554
TOTALE		376.710

PARTECIPAZIONI IN IMPRESE CONTROLLATE		
SOCIETÀ	QUOTA DI PARTECIPAZIONE	VALORE ANNO 2010 (€)
MERCATO AGRICOLO ALIMENTARE DI BARI SCRL	85,4%	15.367.757
TOTALE		15.367.757

ALTRE PARTECIPAZIONI		
SOCIETÀ	QUOTA PARTECIPAZIONE	VALORE 2010 CONTABILE (€)
SOCIETÀ E ORGANISMI DEL SISTEMA CAMERALE		
INFOCAMERE SCPA	0,5%	132.019
TECNO HOLDING SPA	0,4%	610.584
BORSA MERCI TELEMATICA ITALIANA SPA	0,1%	1.880
TECNOBORSA SCPA ROMA	0,6%	4.516
TECNOSERVICECAMERE SCPA	0,2%	4.557
ISNART S.C.P.A.	0,2%	2.000
RETECAMERE SCRL	0,2%	2.804
ECOCERVED SCRL	1,8%	50.000
UNIONTRASPORTI SCRL	0,9%	7.500
JOB CAMERE S.R.L.	0,3%	2.540
IC OUTSOURCING SCRL	0,3%	1.127
UNIVERSITAS MERCATORUM SCRL	0,9%	5.200
ALTRE SOCIETÀ		
AEROPORTI DI PUGLIA SPA	0,1%	6.935
MPS BANCA IMPRESA SPA	0,01%	98
INTERPORTO REGIONALE DELLA PUGLIA SPA	0,2%	11.839
PATTO TERRITORIALE AREA METROPOLITANA BARI (in liquidazione)	3,4%	6.915
CENTRO LASER SCRL	3,3%	24.804
PATTO TERRITORIALE POLIS SUD EST BARESE SRL	5,0%	7.794
IG STUDENTS SRL ROMA (in liquidazione)	2,5%	269,5
BARI PORTO MEDITERRANEO SRL	5,0%	79.654
TERRA DEI TRULLI E DI BARSENTO SCRL	12,32%	3.796
MURGIA PIÙ SCRL	12,6%	15.302
CONSORZIO PER LO SVILUPPO DELL'AREA CONCA BARESE SCRL	7,5%	13.404



CONFERIMENTO DI CAPITALI IN ORGANISMI NON SOCIETARI	
SOCIETÀ	VALORE ANNO 2010 (€)
E.A. FIERA DEL LEVANTE	6.189.252
CONSORZIO CAMERALE PER IL CREDITO E LA FINANZA	26.854
ASSOCIAZIONE MURGIA SVILUPPO	103
CONSORZIO OLIO DOP TERRA DI BARI	5.165
CONSORZIO A.S.I.	62.089
TOTALE	6.283463



IDENTITÀ

> L'AMMINISTRAZIONE IN CIFRE

Il personale della Camera di commercio di Bari

Composizione del personale per ruolo			
	2008*	2009*	2010*
Segretario generale	1	1	1
Dirigenti	5	5	4
D	51	50	48
C	115	110	106
B	12	12	12
A	5	5	5
TOTALE	189	183	176

*I dati si intendono riferiti al 1° gennaio dell'anno successivo

Composizione del personale per anzianità di servizio										
	0-5	6-10	11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	> 40	TOTALE
2008	11	17	43	22	44	25	20	6	1	189
2009	4	18	45	5	59	26	17	7	2	183
2010	1	18	45	4	56	27	17	6	2	176

Composizione del personale per classi di età										
	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	> 65	TOTALE
2008	0	4	31	46	29	36	27	14	2	189
2009	0	1	21	50	29	34	29	17	2	183
2010	0	1	11	49	30	37	29	16	3	176

Composizione del personale per titolo di studio						
	Scuola dell'obbligo	Licenza media superiore	Laurea breve	Laurea	Specializzazione post laurea	TOTALE
2008	26	85	0	37	41	189
2009	24	84	0	34	41	183
2010	23	80	0	32	41	176

Composizione del personale per tipologia contrattuale			
	Full time	Part time*	TOTALE
2008	181	8	189
2009	175	8	183
2010	165	11	176

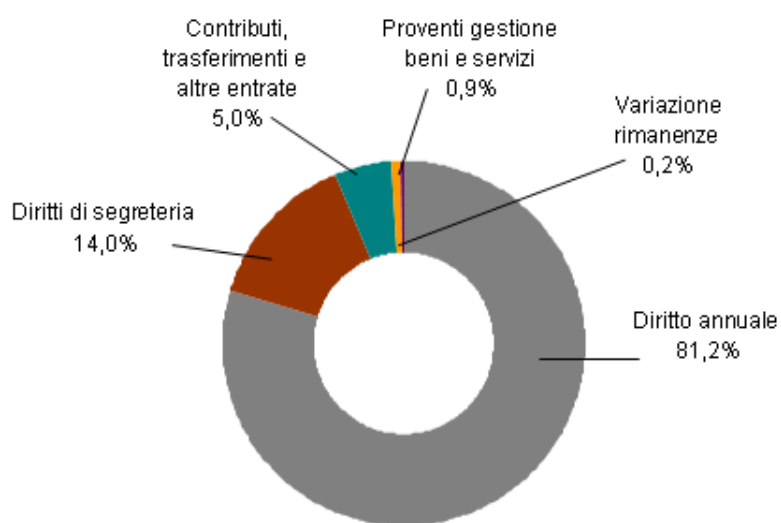
* Dato riferito all'anno solare



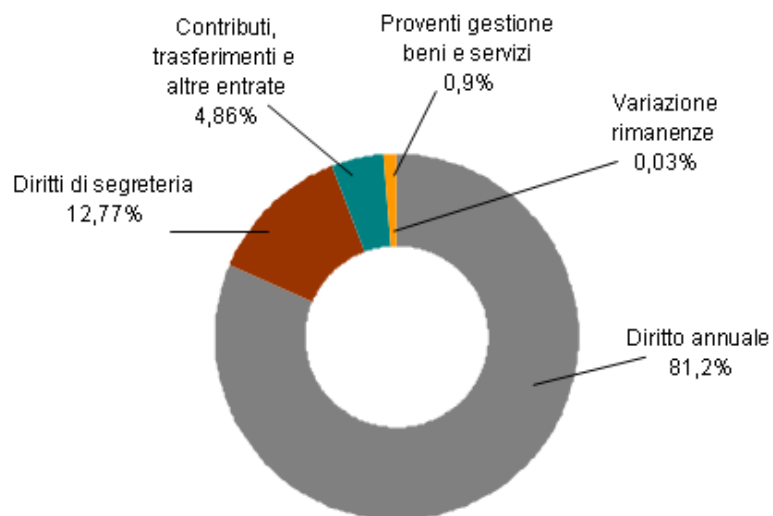
I dati economico-contabili

Proventi correnti			
	2009 [Consuntivo]	2010 [Consuntivo]	2011 [Preventivo]
Diritto annuale	31.679.080,34	38.070.344,5	29.352.327,85
Diritti di segreteria	5.574.651,5	5.978.482,08	5.670.000,00
Contributi, trasferimenti e altre entrate	1.996.493,39	2.273.608,83	1.929.034,10
Proventi gestione beni e servizi	412.191,22	486.305,47	617.422,70
Variazione rimanenze	- 74.775,45	-13.988,23	- 20.000,00
TOTALE	39.587.641,00	46.794.752,65	37.548.784,65

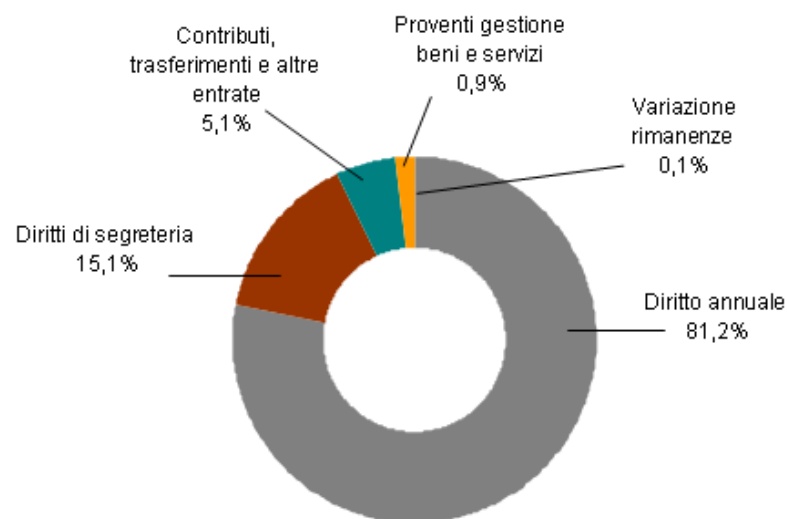
Proventi correnti 2009



Proventi correnti 2010



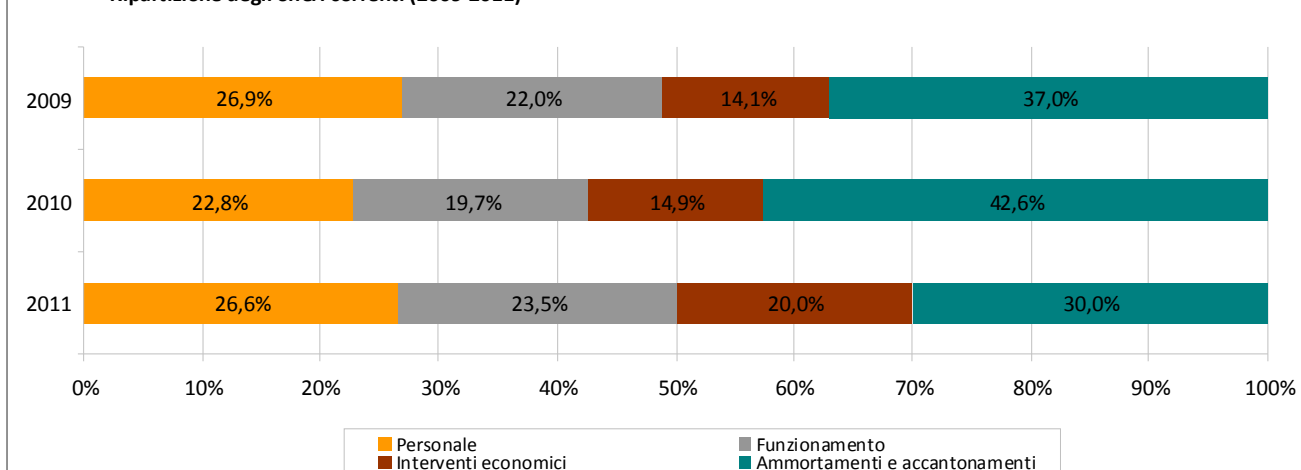
Proventi correnti 2011



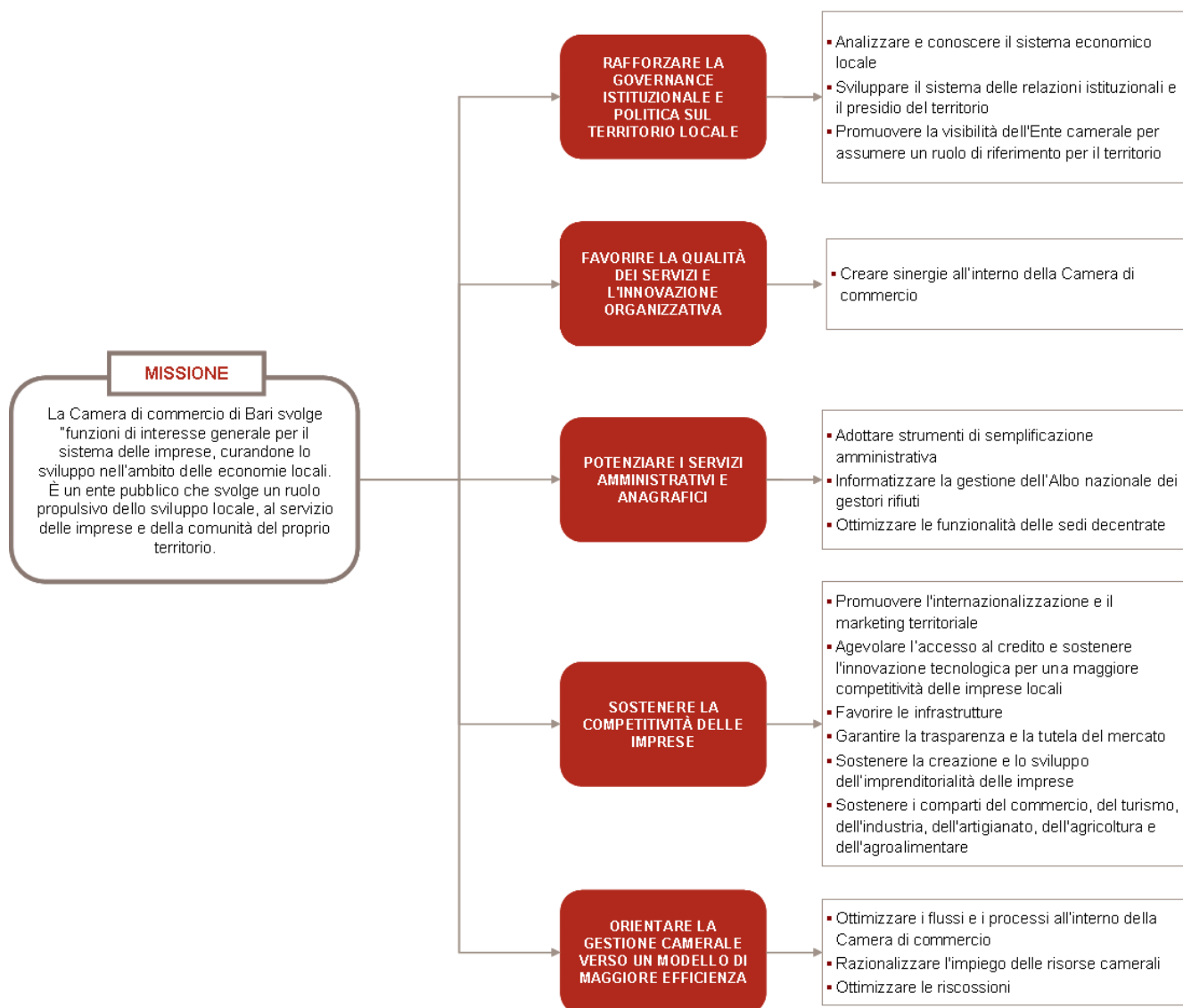
Oneri correnti

	2009 [Consuntivo]	2010 [Consuntivo]	2011 [Preventivo]
Personale	9.919.002,33	9.820.525,14	9.984.262,66
Funzionamento	8.137.894,72	8.494.271,61	8.810.549,59
Interventi economici	5.200.323,25	6.402.915,94	7.500.000,00
Ammortamenti e accantonamenti	13.652.698,41	18.327.534,96	11.249.799,52
TOTALE	36.909.918,71	43.045.247,65	37.544.611,77

Ripartizione degli oneri correnti (2009-2011)



> ALBERO DELLA PERFORMANCE



ANALISI DEL CONTESTO

> CONTESTO ESTERNO

La Provincia di Bari conta una popolazione di 1.604.093 abitanti, 134.880 imprese attive e un prodotto interno lordo procapite di circa 17.300 euro.

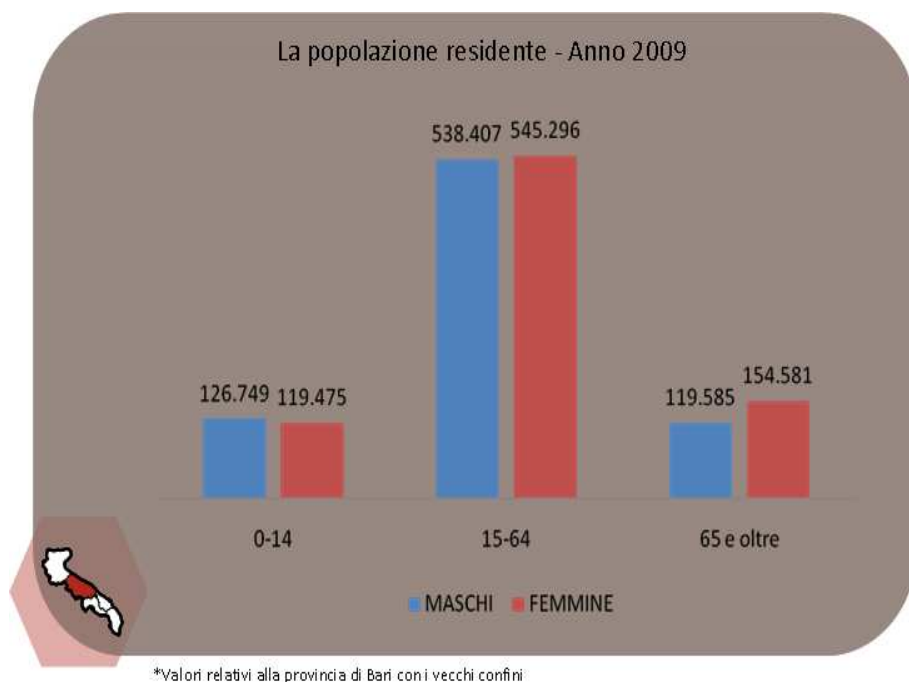


Per diversi anni, i tassi di crescita dell'economia del Mezzogiorno hanno segnato un incremento lievemente superiore alla media nazionale (+0,23% tra il 1999-2003 e +0,21% tra il 2003-2007). La crisi economico-finanziaria ha frenato questo processo di lenta convergenza con le altre aree del Paese, condizionando negativamente il contesto produttivo dell'Italia meridionale e in particolare l'economia barese, caratterizzata da una quota consistente di produzione manifatturiera.



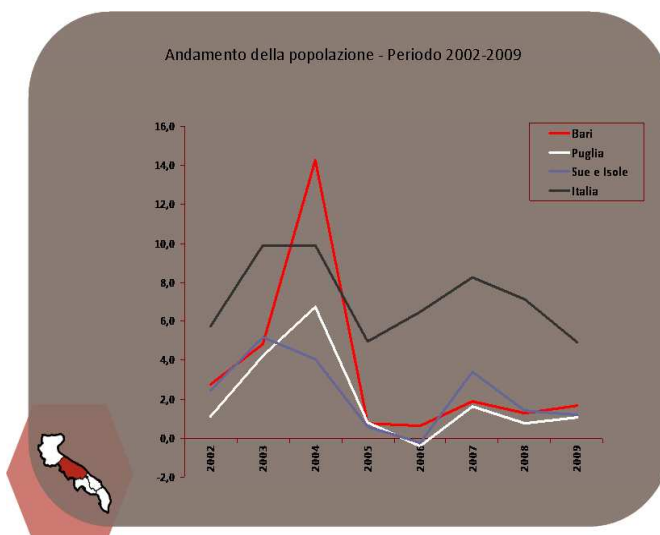
La popolazione

Con una popolazione di 1.604.093 abitanti, Bari è la provincia più popolata della Puglia¹. Al 1° gennaio 2010, la densità abitativa dei comuni con numero di abitanti più elevato è stata caratterizzata da una lieve diminuzione a fronte di una crescita complessiva della densità abitativa provinciale.



Confrontando l'andamento del numero di abitanti della provincia barese con quello della regione Puglia, del Sud Italia e del Paese nel suo complesso, emerge come la popolazione in provincia di Bari, nel periodo 2002-2009, sia cresciuta a ritmi più elevati rispetto a quelli regionali, ma in misura inferiore rispetto alla media nazionale.

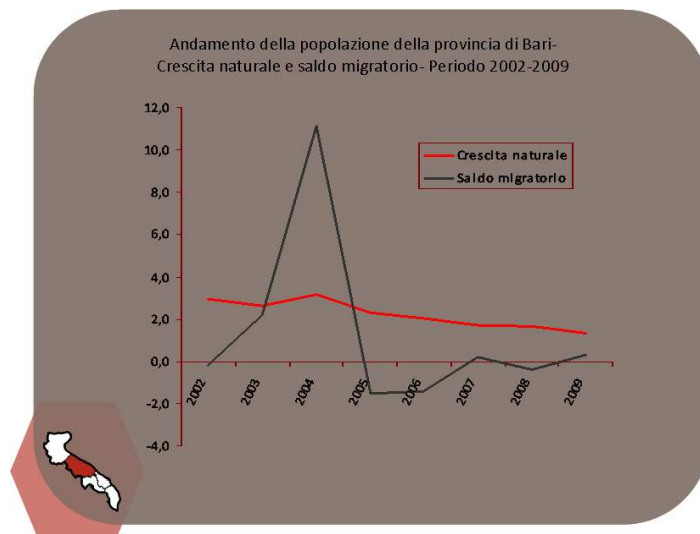
Al 1° gennaio 2010, la densità abitativa dei comuni con numero di abitanti più elevato è stata caratterizzata da una lieve diminuzione a fronte di una crescita complessiva della densità abitativa provinciale.



¹ Nonostante nel 2004 abbia perso 7 comuni con l'istituzione della provincia di Barletta-Andria-Trani, resta la quinta provincia più abitata in Italia.

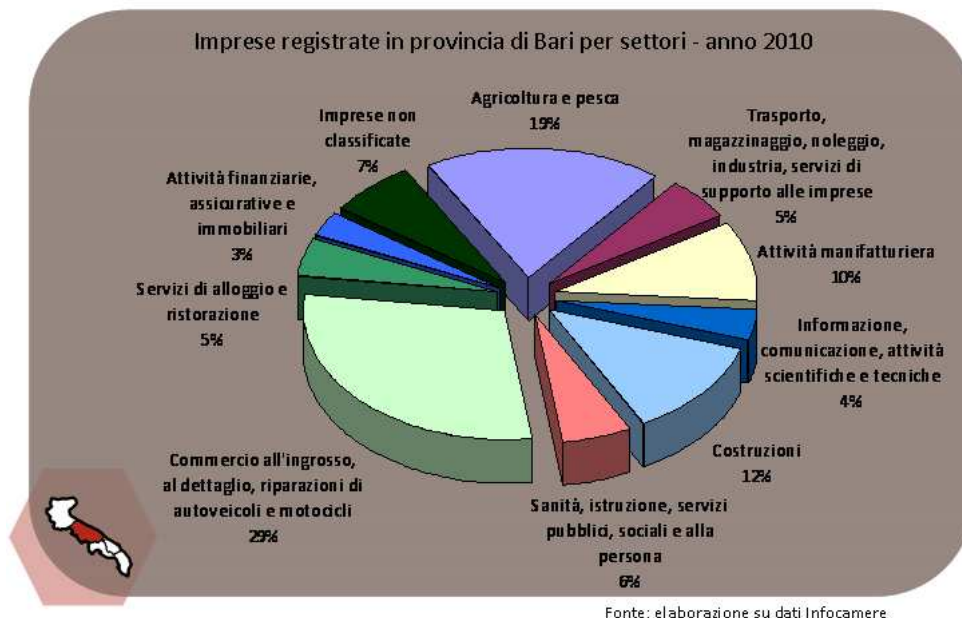


Una caratteristica peculiare dell'andamento demografico barese è che la crescita del numero di abitanti è dovuta al saldo naturale positivo, mentre il saldo migratorio risulta negativo a causa dell'alto tasso di migrazione dei cittadini baresi.



Le imprese

A fine 2010 le imprese registrate in provincia di Bari sono state pari a 154.781, evidenziando un leggero calo (-0,4%) rispetto al 2009. Il saldo tra imprese iscritte (10.428) e cessate (11.166) è stato negativo, per un valore di 738 unità, nonostante il numero delle iscrizioni rispetto al 2009 sia aumentato dell'11%, e il numero delle cessazioni di attività si sia ridotto del 1%.

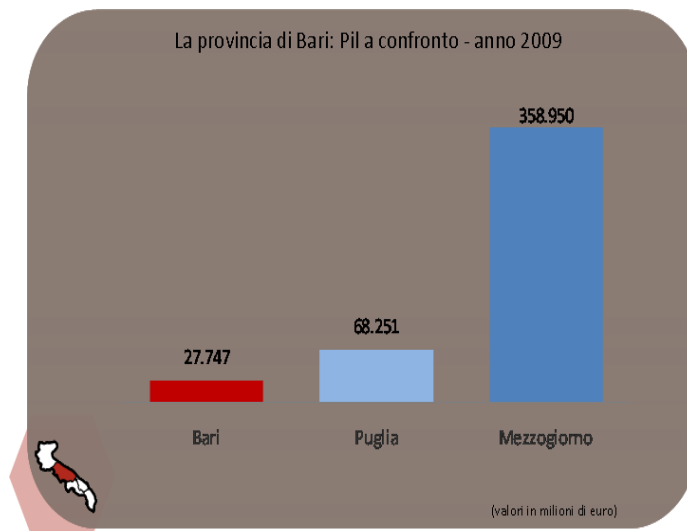


I settori produttivi in cui si concentrano maggiormente le imprese baresi sono per il 29% il settore del commercio, per il 19% l'agricoltura e pesca e per il 10% l'attività manifatturiera. Il tasso di natalità più alto nel 2010 è stato registrato nel settore dell'informazione e comunicazione, e in particolare nelle telecomunicazioni con un tasso di natalità pari al 19%. Al contrario il tasso di mortalità più alto è stato registrato nel settore dell'agricoltura e pesca.



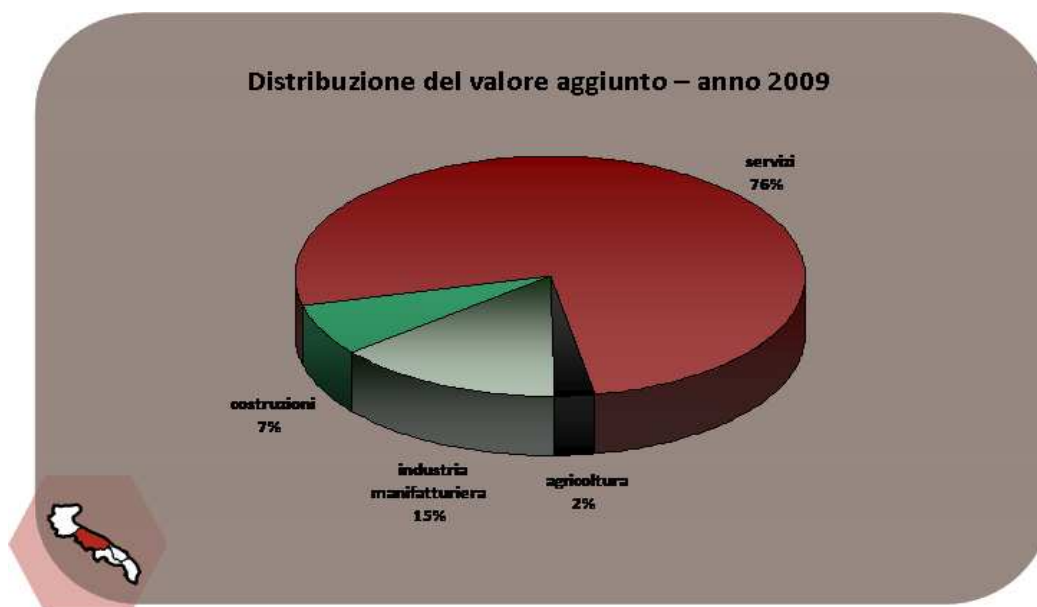
Il Prodotto interno lordo

Durante il 2009, il Pil della provincia di Bari ha registrato una flessione decisamente più netta rispetto alla regione Puglia e al Paese in generale (-6,8% in provincia, -4,5% in regione, -3,6% nel Sud e Isole e -3,3% in Italia), a causa delle difficoltà che hanno colpito il settore manifatturiero provinciale che sembra non essere riuscito a reagire al meglio alla crisi.



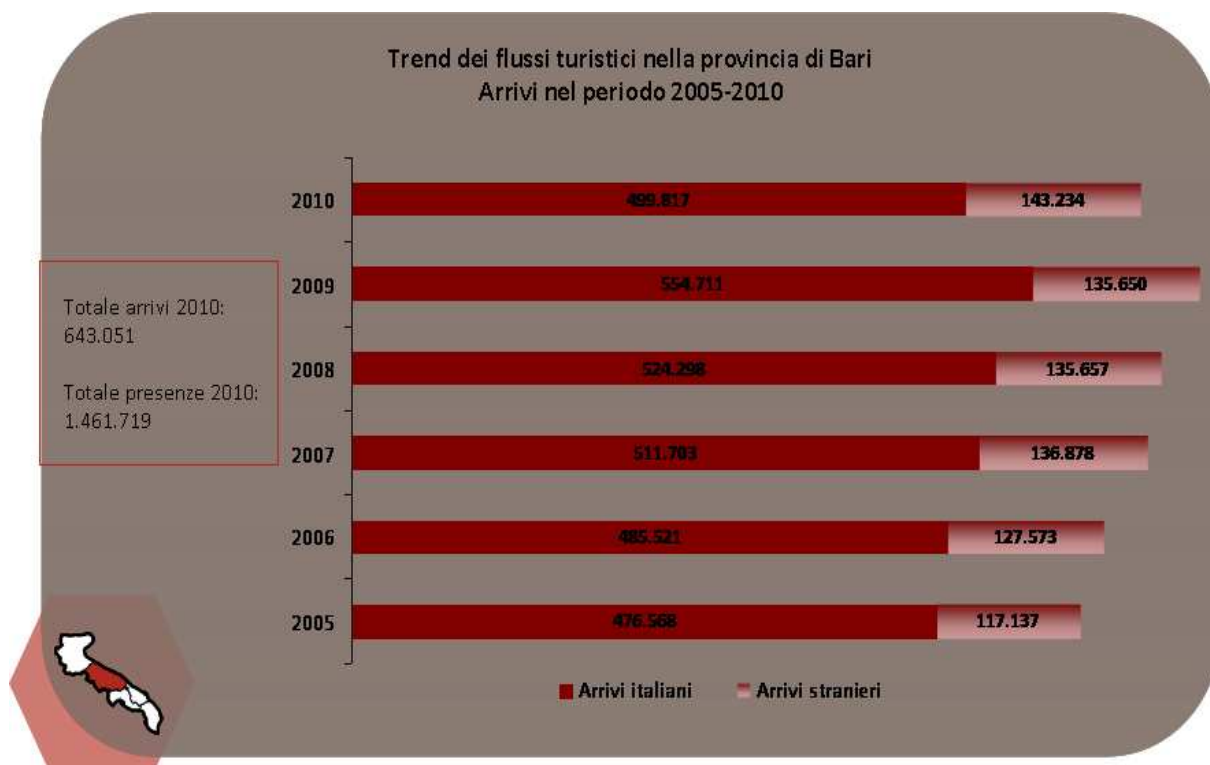
Il valore aggiunto

La provincia di Bari ha registrato nell'ultimo decennio una flessione rispetto alle altre province pugliesi, dovuta al fatto che alcuni comuni economicamente dinamici sono confluiti nella provincia di Barletta-Andria-Trani. Già nel 2011 la provincia barese ha registrato il 44,8% del valore aggiunto della regione, per cui la minore incidenza registrata sino al 2008 assume il significato non di una perdita in termini di valore aggiunto, ma di un tendenziale allineamento delle altre province.



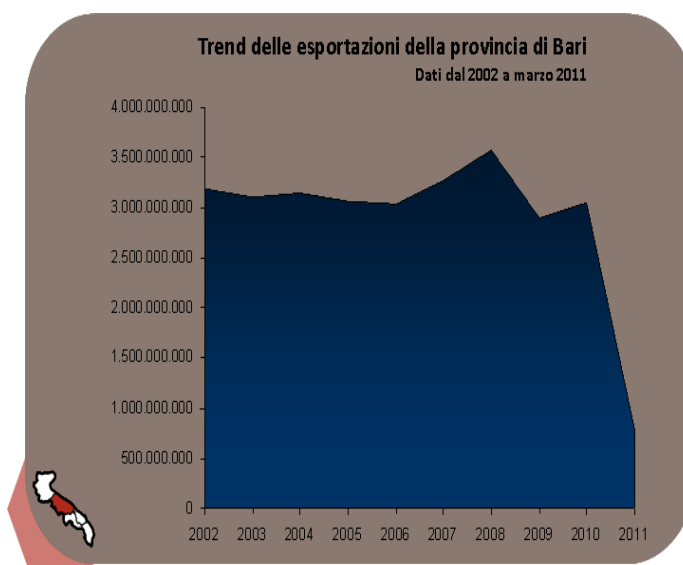
I flussi turistici

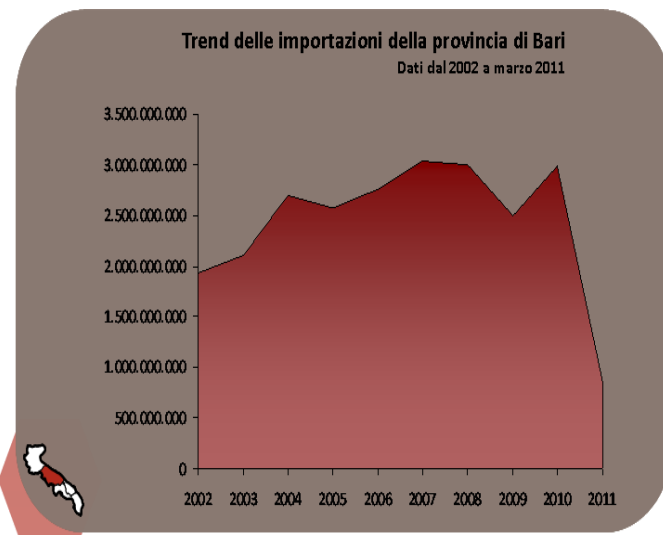
Il trend dei flussi turistici ha registrato nel 2010 una leggera flessione delle presenze pari a -6% rispetto all'anno precedente.



Gli scambi commerciali

Nel 2009 le esportazioni registrate a livello provinciale sono state pari a 2.892.493.618 di euro, segnalando un leggero calo rispetto al trend del passato. Le esportazioni baresi sono ritornate a crescere nel 2010 raggiungendo i 3.046.268.209 di euro evidenziando una ripresa del +5%.

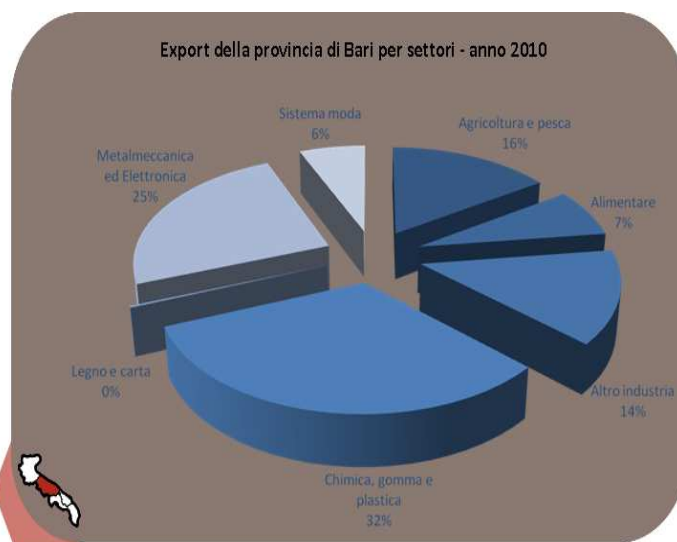
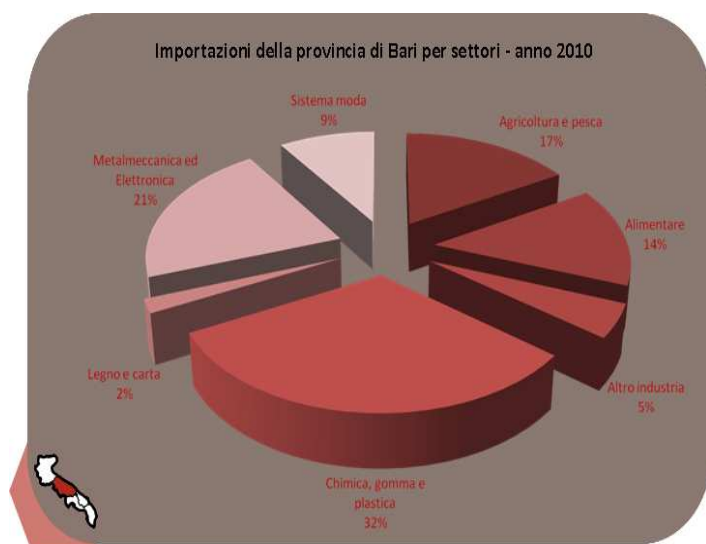




Anche le importazioni hanno registrato un freno nel 2009, con un importo di 2.501.202.867 euro, tornando a crescere nel 2010, con un aumento del 19%, raggiungendo i 2.986.215.386 euro.

Il primo trimestre 2011 conferma la ripresa sia dal lato delle esportazioni sia delle importazioni, con un incremento rispettivamente del 19% e del 26%.

Nel 2010 il 32% delle esportazioni complessive provinciali è stato realizzato dal settore chimico, della gomma e plastica, seguito dal settore metalmeccanico ed elettronico (24%). Il terzo settore in ordine di importanza è stato coperto dall'agricoltura e pesca, che detiene una quota del 16% delle esportazioni provinciali. Seguono le esportazioni del settore industriale, alimentare e della moda, rispettivamente con il 14%, il 7% e il 6% del valore assoluto delle vendite provinciali all'estero.



I settori in cui sono state realizzate le principali operazioni di import per l'anno 2010 sono stati il settore chimico, della gomma e della plastica (32%) seguito dal settore metalmeccanico ed elettronico (21%) e da quello agricolo (17%).



Di seguito si riportano i principali Paesi con i quali la provincia barese ha intrattenuto rapporti commerciali.

I principali Paesi destinatari delle merci baresi - anno 2010



Fonte Istat

I principali Paesi importatori in provincia di Bari - anno 2010



Fonte Istat

Gli stakeholder

Gli stakeholder rappresentano i cosiddetti portatori d'interesse, ossia coloro che legittimano il mandato della Camera di Commercio e che allo stesso tempo rappresentano i destinatari della sua azione.

Si riporta di seguito la mappatura dei principali stakeholder della Camera di commercio di Bari.

Gli stakeholder della Camera di commercio



> CONTESTO INTERNO

Governance e organi istituzionali. Gli organi di governo della Camera di commercio, rappresentativi delle imprese e dei settori economici provinciali, sono il Consiglio, la Giunta, il Presidente e il Collegio dei revisori dei conti. A questi spettano le funzioni di indirizzo e di controllo, mentre le funzioni di gestione sono attribuite al Segretario generale e ai dirigenti. Il Consiglio – composto da 32 membri, in carica per 5 anni – esprime l'interesse generale della comunità socio-economica provinciale ed è l'organo collegiale di indirizzo strategico della Camera. Stabilisce le linee guida politiche e amministrative, definisce obiettivi e programmi, predispone e approva lo Statuto e i regolamenti, elegge il Presidente e la Giunta, nomina i membri del Collegio dei Revisori dei conti, designati dagli organi di competenza. Su proposta della Giunta camerale delibera il preventivo economico e approva il bilancio d'esercizio.

La Giunta è l'organo di governo della Camera di commercio, incaricato di dare attuazione agli indirizzi definiti dal Consiglio. È composta dal Presidente e da 4 membri del Consiglio, in rappresentanza dei settori dell'industria, del commercio, dell'artigianato e dell'agricoltura. La Giunta resta in carica cinque anni, in coincidenza con la durata del Consiglio.

Il Presidente ha la rappresentanza legale e istituzionale dell'Ente e ne attua la politica generale. L'attuale Presidente della Camera di commercio di Bari è Alessandro Ambrosi, imprenditore nel settore del commercio e anche Presidente provinciale di Confcommercio.

Il Collegio dei revisori dei conti è l'organo incaricato della revisione interna. Esercita funzioni di controllo sulla regolarità amministrativa e contabile, vigilando sulla legittimità e la correttezza delle attività.

Composizione del Consiglio della Camera di commercio di Bari	
Componenti	Settore
Ambrosi Alessandro - <i>Presidente</i>	Commercio
Antro Erasmo – Vice Presidente	Industria
Aquilino Giuseppe	Trasporti e spedizioni
Barile Antonio	Agricoltura
Bastiani Francesco	Artigianato
Bellomo Vito	Industria
Bucci Umberto	Agricoltura
Caggiano Nicola	Commercio
Caizzi Eduardo	Turismo
D'Oria Alessandro	Credito e assicurazioni
Campobasso Beniamino	Commercio
Cannillo Francesco	Commercio
Carriera Pantaleo	Servizi alle imprese
Caruso Francesco	Agricoltura
De Concilio Antonio	Agricoltura
De Filippis Matteo	Industria
Depascale Giuseppe	Servizi alle imprese
Di Pace Vincenzo	Organizzazioni sindacali dei lavoratori
Di Paola Giancarlo	Industria
D'Ingeo Vito	Servizi alle imprese
Lacriola Stefania	Artigianato
Laforgia Mario	Artigianato
Liso Salvatore	Industria
Macinagrossa Sebastiano	Servizi alle imprese
Margiotta Giuseppe	Commercio
Mariella Natale	Trasporti e spedizioni
Pomarico Giovanni	Commercio



Composizione del Consiglio della Camera di commercio di Bari	
Componenti	Settore
Riccardi Giuseppe	Artigianato
Rossi Pietro	Cooperazione
Santovito Giovanni	Tutela dei consumatori e degli utenti
Saponaro Carlo	Commercio
Sgherza Francesco	Artigianato

Composizione della Giunta camerale	
Presidente	Ambrosi Alessandro
Vicepresidente	Antro Erasmo
	Campobasso Beniamino
	De Concilio Antonio
	Riccardi Giuseppe

Composizione del Collegio dei revisori dei conti	
Presidente	Dell'Atti Stefano
Componenti effettivi	Ancona Emanuele Pio
	La Selva Domenico Marcello
Componenti supplenti	Cafagna Cosimo
	Chianura Gaetano



Governance e organigramma della Camera di commercio di Bari

SETTORE		SERVIZI
Gestione RU, Studi e rapporti enti istituzionali	1.1	Gestione giuridica del personale
	1.2	Trattamento economico del personale
	1.3	Studi, ricerche e progetti comunitari, Ufficio stampa
Gestione delle risorse e del patrimonio	2.1	Bilancio
	2.2	Diritto annuale
	2.3	Contabilità generale
	2.4	Provveditorato
Legale, fede pubblica, statistica e agricoltura	3.1	Legale
	3.2	Tutela brevetti e regolazione attività economiche
	3.3	Attività ispettive
	3.4	Sanzioni amministrative
	3.5	Statistica ed informazione economica
	3.6	Agricoltura
	3.7	Prezzi e servizi alle imprese
Registro delle imprese	4.1	Conservatore
	4.2	Registro imprese società
	4.3	Registro imprese ditte individuali
	4.4	Certificazioni, rapporti con l'utenza e procedure telematiche
	4.5	Artigianato
Albi ed elenchi professionali e attività promozionali	5.1	Albi ed elenchi professionali
	5.2	Attività promozionali
Ambiente e attività decentrate	6.1	Servizi decentrati
	6.2	Servizio ambiente
Segreteria generale	A	URP e comunicazioni istituzionali
	B	Staff di Presidenza
	C	Staff di Direzione
	D	Struttura tecnica permanente OIV



Organizzazione interna. Al vertice della Camera di commercio c'è il Segretario generale, incaricato della gestione operativa dell'Ente. Assiste gli Organi istituzionali nello svolgimento delle loro funzioni. È designato dalla Giunta camerale ed è nominato dal Ministero dello Sviluppo Economico.

Il Segretario generale coordina i dirigenti, che sono responsabili del conseguimento degli obiettivi prefissati in relazione alle attività loro assegnate; essi adottano atti e provvedimenti amministrativi e spetta loro la gestione finanziaria, tecnica e amministrativa delle aree loro attribuite. Nominano i responsabili dei procedimenti amministrativi, coordinano e controllano l'attività degli uffici che da essi dipendono e dei responsabili dei procedimenti.

I Dirigenti della Camera di commercio di Bari	
Segretario generale	Roberto MAJORANO fino al 5/8/2011 Raffaele VASTANO (facente funzioni dal 6/8/2011)
Settore gestione risorse umane, studi e rapporti Enti istituzionali	Raffaele Vastano
Settore gestione delle risorse e del patrimonio	Raffaele Vastano <i>ad interim</i>
Settore legale, fede pubblica, statistica e agricoltura	Vincenzo Pignataro
Settore Registro delle imprese	Angela Patrizia Partipilo
Settore albi ed elenchi professionali e attività promozionali	Angela Patrizia Partipilo <i>ad interim</i>
Settore ambiente e attività decentrate	Paolo Kruger



OBIETTIVI STRATEGICI E OBIETTIVI OPERATIVI PER IL PERIODO 2011-2013

Scheda di programmazione strategica 1

AREA STRATEGICA	ISTITUZIONALE-POLITICA
Obiettivo strategico	Rafforzare la <i>governance</i> istituzionale e politica sul territorio locale
Risultati attesi	1) Maggiore conoscenza del sistema produttivo locale attraverso attività di analisi e di ricerca 2) Potenziamento delle collaborazioni attivate con le altre Istituzioni presenti sul territorio (Regioni, Province, Comuni, Università e Centri di ricerca) 3) Rafforzare i rapporti con le Associazioni di categoria 4) Migliorare il know-how e l'informazione a sostegno dello sviluppo delle imprese locali 5) Rafforzare le sinergie con il Sistema camerale 6) Valorizzazione e potenziamento della comunicazione istituzionale

Indicatori	Modalità di calcolo	Target		
		2011	2012	2013
Incremento delle indagini, studi, approfondimenti e analisi sul sistema economico locale	N. indagini, studi, approfondimenti e analisi sul sistema produttivo locale realizzate nel periodo T/N. indagini sul sistema produttivo locale realizzate nel periodo T-1	> 1	> 1	> 1
Incremento delle iniziative promosse in collaborazione con Enti, Associazioni e altre Istituzioni territoriali	N. iniziative realizzate nel periodo T/N. iniziative realizzate nel periodo T-1	> 1	> 1	> 1
N. iniziative e informative a sostegno della diffusione della conoscenza per favorire la crescita delle imprese	N. iniziative specifiche e di comunicazioni a favore delle imprese	12	18	24
Livello di partecipazione alle iniziative di Sistema camerale	N. progetti-iniziativa realizzati dalla Camera in collaborazione con altri soggetti del Sistema nell'anno T / N. progetti-iniziativa realizzati dalla Camera in collaborazione con altri soggetti del Sistema nell'anno T-1	> 1	> 1	> 1

Settori coinvolti
Segreteria generale
Settore Legale, fede pubblica, statistica e agricoltura
Settore albi ed elenchi professionali e attività promozionali
Settore ambiente, attività decentrate
Settore gestione risorse umane, studi e rapporti enti istituzionali
Settore registro delle imprese
Settore gestione delle risorse e del patrimonio



Scheda di programmazione operativa 1.1

Obiettivo strategico	Rafforzare la governance istituzionale e politica sul territorio locale
Obiettivo operativo	Analizzare e conoscere il sistema economico locale. Monitorare con continuità e crescente attenzione l'evoluzione dello scenario economico, per analizzarne e interpretarne le dinamiche territoriali e cogliere tempestivamente i fenomeni emergenti.

Intervento 1.1.A	
Descrizione	Realizzazione di analisi, studi, ricerche e approfondimenti sulle dinamiche economiche della Terra di Bari
Risultati attesi	Migliorare la conoscenza del sistema produttivo locale, individuare punti di debolezza, criticità e punti di forza da sviluppare per aumentare la competitività del sistema
Settore coinvolto	Gestione RU, studi e rapporti enti istituzionali; Legale, fede pubblica, statistica e agricoltura
Servizio responsabile	Servizio studi, ricerche e progetti comunitari e ufficio stampa; Statistica e informazione economica
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
N. analisi, studi, ricerche e approfondimenti realizzati	N. analisi, studi, ricerche e approfondimenti realizzati	4

Intervento 1.1.B	
Descrizione	Iniziative dirette a migliorare il know-how delle imprese locali attraverso appositi strumenti di comunicazione e informazione istituzionale
Risultati attesi	Qualificazione delle modalità di trasmissione del flusso informativo prodotto per una maggiore trasparenza, chiarezza e tempestività
Settore coinvolto	Gestione RU, studi e rapporti enti istituzionali; Legale, fede pubblica, statistica e agricoltura
Servizio responsabile	Servizio studi, ricerche e progetti comunitari e ufficio stampa; Statistica e informazione economica
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
N. attività di comunicazione svolte	N. attività realizzate	24



Scheda di programmazione operativa 1.2

Obiettivo strategico	Rafforzare la <i>governance</i> istituzionale e politica sul territorio locale
Obiettivo operativo	Sviluppare il sistema delle relazioni istituzionali e il presidio del territorio. Rafforzare i rapporti con Regione, Province, Comuni, Università, Centri di ricerca e collaborare a costruire un clima armonico e di dialogo con le rappresentanze settoriali presenti sul territorio.

Intervento 1.2.A	
Descrizione	Iniziative in collaborazione con le Associazioni imprenditoriali di categoria e le Istituzioni locali
Risultati attesi	Consolidamento del ruolo della Camera di commercio di Bari come attore propositore dello sviluppo economico locale.
Settore coinvolto	Segreteria generale; Albi ed elenchi professionali e attività promozionali
Servizio responsabile	Staff di Presidenza; Staff di Direzione; Attività promozionali
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Iniziative svolte in collaborazione con Associazioni e Istituzioni locali	N. iniziative realizzate nel periodo T	6

Intervento 1.2.B	
Descrizione	Collaborazioni con il mondo accademico per favorire il più ampio confronto e dibattito all'interno e all'esterno dell'Ente
Risultati attesi	Aumentare il livello delle collaborazioni attivate con Enti di ricerca interessati agli studi realizzati dalla Camera di commercio
Settore coinvolto	Segreteria generale
Servizio responsabile	Staff di Presidenza; Staff di Direzione
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Collaborazione con le istituzioni accademico-scientifiche	N. collaborazioni attivate con Università ed Enti di ricerca anche attraverso tirocini formativi e attività svolte in sinergia	> nn



Scheda di programmazione operativa 1.3

Obiettivo strategico	Rafforzare la <i>governance</i> istituzionale e politica sul territorio locale
Obiettivo operativo	Promuovere la visibilità dell'Ente camerale per assumere un ruolo di riferimento per il territorio

Intervento 1.3.A	
Descrizione	Incrementare l'interazione con il mondo imprenditoriale
Risultati attesi	Individuazione del potenziale di sviluppo mediante azioni mirate a seguito di attento ascolto e interpretazione delle esigenze delle imprese. Rilancio economico, stimolo e sensibilizzazione allo sviluppo
Settore coinvolto	Segreteria generale; Gestione risorse umane, studi e rapporti enti istituzionali; Albi ed elenchi professionali e attività promozionali
Servizio responsabile	Staff di presidenza; Attività promozionali; Studi, ricerche e progetti comunitari, ufficio stampa
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Livello di realizzazione delle attività formative e/o informative rivolte alle imprese	N. momenti informativi, formativi, convegnistici per le imprese	6
Livello di realizzazione di progetti innovativi	N. imprese coinvolte in percorsi formativi ad hoc o in progetti speciali	250

Intervento 1.3.B	
Descrizione	Migliorare la comunicazione esterna
Risultati attesi	Trasparenza e chiarezza circa i servizi offerti. Potenziamento del legame tra Ente e stakeholder
Settore coinvolto	Segreteria generale
Servizio responsabile	URP e comunicazioni istituzionali
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Livello di telematizzazione degli atti camerali	N. atti pubblicati on line anno T / N. atti pubblicato on line anno T-1	> 1
Attività informative realizzate	N. attività informative realizzate nel periodo T/ N. attività informative realizzate nel periodo T-1	>1



Intervento 1.3.C		
Descrizione	Rendere il sito web istituzionale più fruibile e accessibile	
Risultati attesi	Maggiore diffusione delle informazioni contenute nel sito istituzionale	
Settore coinvolto	Segreteria generale; Gestione risorse umane, studi e rapporti enti istituzionali	
Servizio responsabile	URP e comunicazioni istituzionali; Servizio studi, ricerche e progetti comunitari e ufficio stampa	
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio	
Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Accessi al sito istituzione	N. di accessi al sito istituzionale	250.000

Intervento 1.3.D		
Descrizione	Adottare strumenti di comunicazione personalizzata quale modalità di contatto diretto con le imprese	
Risultati attesi	Offrire un'informazione personalizzata	
Settore coinvolto	Segreteria generale; Gestione risorse umane, studi e rapporti enti istituzionali	
Servizio responsabile	URP e comunicazioni istituzionali; Servizio studi, ricerche e progetti comunitari e ufficio stampa	
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio	
Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Diffusione di strumenti di comunicazione diretta	N. di imprese contattate tramite strumenti di comunicazione diretta al tempo T/ N. di imprese contattate tramite strumenti di comunicazione diretta al tempo T-1	>1

Intervento 1.3.E		
Descrizione	Attivazione e gestione dell'Albo <i>on line</i> , in attuazione della normativa vigente	
Risultati attesi	Maggiore accessibilità ai provvedimenti e agli atti camerali	
Settore coinvolto	Segreteria generale	
Servizio responsabile	Staff di direzione	
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio	
Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Numero delle consultazioni dell'Albo on line	N. utenti che hanno consultato l'Albo on line nel periodo T	2.500



Scheda di programmazione strategica 2

AREA STRATEGICA	GESTIONE STRATEGICA, QUALITÀ E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA
Obiettivo strategico	Favorire la qualità dei servizi e l'innovazione organizzativa
Risultati attesi	1) Maggiore funzionalità ed efficacia dei sistemi di monitoraggio della performance camerale 2) Potenziamento dell'utilità del flusso informativo dei sistemi di monitoraggio alla governance camerale 3) Garantire una maggiore corrispondenza tra le aspettative dell'utenza e i livelli di servizio erogati 4) Rafforzamento del legame fra la Camera e i suoi stakeholder 5) Miglioramento della comunicazione interna

Indicatori	Modalità di calcolo	Target		
		2011	2012	2013
Livello di sviluppo del progetto "Ciclo di gestione della performance"	Stato di avanzamento del progetto "Ciclo di gestione della performance"	50%	80%	100%
Territorializzazione dei servizi sul territorio	N. pratiche lavorate presso gli sportelli decentrati nell'anno T / N. pratiche lavorate presso gli sportelli decentrati nell'anno T-1	>1	>1	>1
Livello di qualità percepita	Livello di qualità percepita tramite Customer satisfaction NB: occorre prevedere un'indagine di customer nei prossimi anni	-	-	-
	N. reclami pervenuti sui livelli di erogazione dei servizi anno T/ N. reclami pervenuti sui livelli di erogazione dei servizi anno T-1	< 1	< 1	< 1
Partecipazione degli utenti alle iniziative camerali nel tempo	N. di partecipanti alle iniziative promosse dalla Camera nel periodo T / N. di partecipanti alle iniziative promosse dalla Camera nel periodo T-1	>1	>1	>1

Settori coinvolti
Segreteria generale
Settore legale, fede pubblica, statistica e agricoltura
Settore Registro imprese
Settore albi ed elenchi professionali e attività promozionali
Settore ambiente e attività decentrate



Scheda di programmazione operativa 2.1

Obiettivo strategico	Favorire la qualità dei servizi e l'innovazione organizzativa
Obiettivo operativo	Creare sinergie all'interno della Camera di commercio

Intervento 2.1.A	
Descrizione	Monitorare e verificare l'accessibilità ai servizi
Risultati attesi	Maggiore fruibilità e accessibilità ai servizi camerali
Settore coinvolto	Segreteria generale
Servizio responsabile	URP e comunicazioni istituzionali
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target
Tasso dei servizi camerali accessibili telematicamente	N. servizi offerti telematicamente / N. totale dei servizi offerti dalla Camera	50%
Grado di apertura degli sportelli al pubblico	N. giorni di apertura degli sportelli / N. giorni lavorativi	90%

Intervento 2.1.B	
Descrizione	Migliorare l'integrazione dei servizi erogati, delle attività e dei progetti del sistema-Camera
Risultati attesi	Ottimizzazione delle sinergie di Sistema
Settore coinvolto	Segreteria generale; Legale, fede pubblica, statistica e agricoltura; Registro imprese; Albi professionali e attività promozionali; Ambiente e attività decentrate
Servizio responsabile	Staff di direzione
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target
Livello di sinergia nella realizzazione di progetti per le imprese e l'utenza	N. progetti in collaborazione con Azienda speciale, Unione regionale, Unioncamere nazionale periodo T / N. progetti in collaborazione con Azienda speciale, Unione regionale, Unioncamere nazionale periodo T-1	≥ 1



Scheda di programmazione strategica 3

AREA STRATEGICA	AMMINISTRATIVA-ANAGRAFICA
Obiettivo strategico	Potenziare i servizi amministrativi e anagrafici
Risultati attesi	1) Dematerializzazione dei processi di comunicazione e riduzione dei costi relativi 2) Massima "pulizia" della banca dati del Registro delle imprese 3) Miglioramento dell'accessibilità al servizio Registro delle imprese 4) Maggiore qualità delle pratiche lavorate 6) Incremento del patrimonio informativo camerale 7) Maggiore qualità ed efficienza nella gestione dell'Albo nazionale dei gestori ambientali 9) Ottimizzazione delle funzionalità delle sedi decentrate

Indicatori	Modalità di calcolo	Target		
		2011	2012	2013
Livello di dematerializzazione delle comunicazioni con l'esterno	N. comunicazioni trasmesse all'esterno tramite PEC / N. comunicazioni trasmesse all'esterno verso soggetti dotati di PEC	50%	60%	70%
Contenimento delle spese postali	Spese postali sostenute nel periodo T / Spese postali sostenute nel periodo T-1	< 1	< 1	< 1
Tempi medi di evasione delle pratiche RI	Tempi medi di evasione delle pratiche RI al netto della sospensione dell'anno T/ Tempi medi di evasione delle pratiche RI al netto della sospensione dell'anno T-1	< 1	< 1	< 1
Livello di coinvolgimento delle aziende iscritte all'Albo nazionale gestori ambientali sezione Puglia	N. aziende interessate a usufruire del software telematico AGEST / N. iscritti all'albo	2%	35%	85%
Livello di telematizzazione delle pratiche dell'Albo nazionale	N. pratiche telematiche dell'Albo nazionale gestori ambientali / N. totale pratiche Albo nazionale gestori ambientali	-	55%	100%
Tasso dei certificati d'origine rilasciati dalle sedi decentrate	N. certificati di origine merci rilasciati dagli sportelli decentrati / N. certificati di origine merci richiesta	-	20%	30%

Settori coinvolti
Segreteria Generale
Settore gestione delle risorse e del patrimonio
Settore legale, fede pubblica, statistica e agricoltura
Settore Registro imprese
Settore Albi ed elenchi professionali e attività promozionali
Settore Ambiente e attività decentrate



Scheda di programmazione operativa 3.1

Obiettivo strategico	Potenziare i servizi amministrativi e anagrafici
Obiettivo operativo	Adottare strumenti di semplificazione amministrativa

Intervento 3.1.A	
Descrizione	Azioni volte a diffondere l'utilizzo della Posta elettronica certificata (PEC)
Risultati attesi	Progressiva riduzione delle comunicazioni cartacee
Settore coinvolto	Segreteria generale
Servizio responsabile	Segreteria di presidenza
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Livello di copertura della PEC	N. comunicazioni pervenute tramite di PEC / N. totale delle comunicazioni pervenute	30%

Intervento 3.1.B	
Descrizione	Migliorare e modernizzare la banca dati del Registro delle imprese
Risultati attesi	Attendibilità, correttezza, affidabilità e qualità dell'informazione anagrafica. Ottimizzazione dei livelli di riscossione del Diritto annuale. Miglioramento dei dati statistici ottenibili
Settore coinvolto	Registro delle imprese; Gestione delle risorse e del patrimonio
Servizio responsabile	Conservatore Registro imprese; Diritto annuale; Registro imprese società; Registro imprese ditte individuali; Artigianato
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Livello di efficacia e di attuazione di azioni di normalizzazione	N. azioni di normalizzazione messe in atto / N. azioni di normalizzazione individuate	50%
Livello di pulizia del RI	Posizioni cancellate / Posizioni da cancellare	30%

Intervento 3.1.C	
Descrizione	Realizzare un servizio di Call center per l'ufficio del Registro delle imprese
Risultati attesi	Servizio di Call center
Settore coinvolto	Registro delle imprese
Servizio responsabile	Servizio certificazioni, rapporti con l'utenza e procedure telematiche
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Livello di operatività del Call Center	N. giorni operativi del Call center/N. giorni lavorativi	80%
Livello dei contatti effettuati tramite il Call center	N. contatti complessivi nell'anno T/ N. contatti complessivi nell'anno T-1	>1



Intervento 3.1.D	
Descrizione	Dare attuazione al D.P.R. n. 160/2010 in tema di Sportello unico attività produttive (SUAP)
Risultati attesi	Efficacia ed efficienza nell'organizzazione del SUAP
Settore coinvolto	Registro imprese
Servizio responsabile	Conservatore Registro delle imprese
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Livello di partecipazione attività di coordinamento	N. incontri di coordinamento promossi dalla Camera	6
Livello di delega SUAP	N. Comuni in delega	10



Scheda di programmazione operativa 3.2

Obiettivo strategico	Potenziare i servizi amministrativi e anagrafici
Obiettivo operativo	Informatizzare la gestione dell'Albo nazionale dei gestori rifiuti

Intervento 3.2.A	
Descrizione	Realizzare attività formative per gli operatori della Camera, per i grandi utenti e per i consulenti.
Risultati attesi	Informatizzazione della gestione delle pratiche. Riduzione del front-office.
Settore coinvolto	Ambiente e attività decentrate
Servizio responsabile	Servizio ambiente
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Formazione realizzata	N. incontri formativi realizzati	4
Livello di interesse degli utenti	N. utenti interessati	100

Intervento 3.2.B	
Descrizione	Messa a regime del SISTRI
Risultati attesi	Diffusione e adozione da parte delle imprese del SISTRI
Settore coinvolto	Ambiente e attività decentrate
Servizio responsabile	Servizio ambiente
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Grado di diffusione dei dispositivi SISTRI	N. dispositivi consegnati alle imprese / N. dispositivi assegnati alla Camera di commercio	80%



Scheda di programmazione operativa 3.3

Obiettivo strategico	Potenziare i servizi amministrativi e anagrafici
Obiettivo operativo	Ottimizzare le funzionalità delle sedi decentrate

Intervento 3.2.A	
Descrizione	Estendere alle sedi decentrate il rilascio dei certificati d'origine
Risultati attesi	Aumento la gamma dei servizi offerti presso le sedi decentrate
Settore coinvolto	Ambiente e attività decentrate
Servizio responsabile	Servizi decentrati
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Messa a regime del rilascio dei certificati d'origine dalle sedi decentrate	Messa in esercizio del rilascio certificati di origine merci per le sedi decentrate	31/12/2011



Scheda di programmazione strategica 4

AREA STRATEGICA	SOSTEGNO DIRETTO ALLA COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE
Obiettivo strategico	Sostenere la competitività delle imprese
Risultati attesi	1) Maggiore presenza delle imprese locali nel mercato internazionale e maggiore capacità del territorio di attrarre risorse 2) Maggiore competitività delle imprese e del territorio attraverso la leva del credito e dell'innovazione 3) Sostenere lo sviluppo delle infrastrutture del territorio 4) Trasparenza e correttezza del mercato 5) Crescita delle iniziative imprenditoriali, miglioramento delle competenze professionali delle imprese e aumento dell'occupazione 6) Valorizzazione e conoscenza dei prodotti e dei servizi distintivi dell'economia locale

Indicatori	Modalità di calcolo	Target		
		2011	2012	2013
Livello di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di internazionalizzazione	N. imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione nell'anno T / N. imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione nell'anno T-1	>1	>1	>1
Livello di partecipazione delle imprese alle iniziative formative/informative promosse dalla Camera di commercio	N. imprese che hanno partecipato alle iniziative formative e informative promosse dalla Camera nel periodo T / N. imprese che hanno partecipato alle iniziative formative e informative promosse dalla Camera nel periodo T-1	>=1	>=1	>=1
Variazione delle iniziative a sostegno dello sviluppo tecnologico e infrastrutturale	Numero di iniziative a sostegno dello sviluppo realizzate nel periodo T/Numero di iniziative a sostegno dello sviluppo realizzate nel periodo T-1	>1	>1	>1
Iniziative a sostegno dei prodotti tipici	N. iniziative a sostegno dei prodotti tipici locali nel periodo T/ N. iniziative a sostegno dei prodotti tipici locali nel periodo T-1	>=1	>=1	>=1
Incremento delle conciliazioni gestite	Conciliazione gestite nel periodo T/ Conciliazione gestite nel periodo T-1	-	+5%	>1

Settori coinvolti
Segreteria generale
Legale, fede pubblica, statistica e agricoltura
Albi ed elenchi professionali e attività promozionali

Altri soggetti coinvolti
Unioncamere Puglia
Azienda speciale AICAI
Azienda speciale IFOC



Scheda di programmazione operativa 4.1

Obiettivo strategico	Sostenere la competitività delle imprese
Obiettivo operativo	Promuovere l'internazionalizzazione e il marketing territoriale

Intervento 4.1.A		
Descrizione	Offerta integrata di servizi, promozionali e di assistenza, per sostenere e accompagnare le imprese nelle percorso di internazionalizzazione (concessioni di contributi per la partecipazione a fiere nazionali e internazionali, incontri b2b, accompagnamento nel mercato estero)	
Risultati attesi	Maggiore partecipazione delle imprese alle iniziative camerali	
Settore coinvolto	Albi ed elenchi professionali e attività promozionali	
Servizio responsabile	Attività promozionali	
Altri soggetti coinvolti	Azienda speciale AICAI; Unioncamere Puglia	
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio	
Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Variazione delle iniziative all'estero	N. iniziative all'estero nel periodo T/N. iniziative all'estero nel periodo T-1	>1
Livello di coinvolgimento delle imprese	N. imprese coinvolte nelle iniziative all'estero	>250

Intervento 4.1.B		
Descrizione	Attività di <i>scouting</i> e di consolidamento di posizioni già acquisite attraverso iniziative e progetti attivati su macro-aree target e su comparti merceologici che rappresentano l'eccellenza locale nel mondo	
Risultati attesi	Ampliamento del numero dei paesi esteri con cui le imprese del territorio possono attivare rapporti commerciali e di business	
Settore coinvolto	Albi ed elenchi professionali e attività promozionali	
Servizio responsabile	Attività promozionali	
Altri soggetti coinvolti	Azienda speciale AICAI	
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio	
Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Paesi-target coinvolti	N. di paesi-target coinvolti	5
Livello di coinvolgimento delle imprese	N. imprese coinvolte	200

Intervento 4.1.C		
Descrizione	Iniziative di formazione e informazione sull'internazionalizzazione destinate alle PMI e ai soggetti intermediari che operano a supporto delle imprese	
Risultati attesi	Aumento dell'offerta formativa per favorire la conoscenza dei mercati esteri e degli strumenti gestionali necessari per attivare scambi commerciali internazionali	
Settore coinvolto	Albi ed elenchi professionali e attività promozionali	
Servizio responsabile	Attività promozionali	
Altri soggetti coinvolti	Azienda speciale AICAI; Azienda speciale IFOC	
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio	
Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Iniziative formative /informative camerali sull'internazionalizzazione	N. iniziative formative e informative realizzate	5
Partecipanti alle iniziative sull'internazionalizzazione	N. di partecipanti alle iniziative formative e informative realizzate	200



Scheda di programmazione operativa 4.2

Obiettivo strategico	Sostenere la competitività delle imprese
Obiettivo operativo	Agevolare l'accesso al credito e sostenere l'innovazione tecnologica per una maggiore competitività delle imprese locali

Intervento 4.2.A		
Descrizione	Sostenere l'attività di Confidi migliorando la qualità della concessione di garanzie, attraverso bandi rivolti alle micro-imprese che svolgono attività ad alto rischio e bandi volti a ridurre il costo degli interessi su finanziamenti erogati dalle banche	
Risultati attesi	Offerta di migliori garanzie a favore del credito concesso alle imprese	
Settore coinvolto	Albi ed elenchi professionali e attività promozionali	
Servizio responsabile	Attività promozionali	
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio	
Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Iniziativa a sostegno dell'accesso al credito	N. iniziative promosse dalla Camera a sostegno dell'accesso al credito delle imprese	>1

Intervento 4.2.B		
Descrizione	Ottimizzare i processi di gestione della banca dati relativa a brevetti e marchi, attraverso un aggiornamento puntuale e costante su quanti depositano i brevetti, sui prodotti brevettati e sui settori di appartenenza	
Risultati attesi	Ridurre i tempi di aggiornamento della banca dati relativa ai brevetti, ai prodotti brevettati e ai settori di appartenenza	
Settore coinvolto	Legale, fede pubblica, statistica e agricoltura	
Servizio responsabile	Tutela brevetti e regolazione attività economiche	
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio	
Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Tempi di aggiornamento della banca dati	Tempo che intercorre tra il deposito dei brevetti e l'aggiornamento della banca dati camerale	<= 15 gg

Scheda di programmazione operativa 4.3

Obiettivo strategico	Sostenere la competitività delle imprese
Obiettivo operativo	Favorire le infrastrutture

Intervento 4.3.A		
Descrizione	Realizzare iniziative per lo sviluppo delle infrastrutture locali	
Risultati attesi	Iniziativa a sostegno delle infrastrutture	
Settore coinvolto	Albi ed elenchi professionali e attività promozionali	
Servizio responsabile	Attività promozionali	
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio	
Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Iniziativa a sostegno dello sviluppo infrastrutturale	N. iniziative a sostegno dello sviluppo infrastrutturale realizzate	>2



Scheda di programmazione operativa 4.4

Obiettivo strategico	Sostenere la competitività delle imprese
Obiettivo operativo	Garantire la trasparenza e la tutela del mercato

Intervento 4.4.A		
Descrizione	Realizzare azioni per promuovere l'arbitrato e la conciliazione e per affinare gli strumenti tecnici che consentono un miglior utilizzo di tali tecniche	
Risultati attesi	Diffusione di forme alternative di risoluzione delle controversie nei settori ad alta conflittualità	
Settore coinvolto	Settore legale, fede pubblica, statistica e agricoltura	
Servizio responsabile	Servizio Camera arbitrale	
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio	
Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Partecipanti alle attività promozionali di forme alternative di risoluzione delle controversie nei settori ad alta conflittualità	N. partecipanti alle iniziative promozionali circa le tematiche di risoluzione delle controversie	>25
Accreditamento camera arbitrale	Termine entro il quale ottenere l'accreditamento per la camera arbitrale	31/12/2011

Intervento 4.4.B		
Descrizione	Potenziamento delle attività ispettive e di vigilanza	
Risultati attesi	Maggiore correttezza delle operazioni e degli scambi nel mercato	
Settore coinvolto	Settore legale, fede pubblica, statistica e agricoltura	
Servizio responsabile	Servizio attività ispettive	
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio	
Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Verifiche effettuate su strumenti metrici	N. verifiche effettuate su strumenti metrici	1.500
Ispezioni realizzate	N. di ispezioni realizzate	1.100
Carte tachigrafe rilasciate	N. carte tachigrafe rilasciate nel periodo T/ N. carte tachigrafe rilasciate nel periodo T-1	1.900

Intervento 4.4.C		
Descrizione	Garantire la trasparenza del mercato	
Risultati attesi	Aggiornamento continuo delle informazioni	
Settore coinvolto	Settore legale, fede pubblica, statistica e agricoltura	
Servizio responsabile	Tutela brevetti e regolazione attività economiche	
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio	
Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Aggiornamento raccolta usi e consuetudini	N. incontri della commissione per aggiornamento raccolta usi e consuetudini	12
Tempi medi di cancellazione dei protesti	Tempo intercorrente tra la cancellazione e la comunicazione dei protesti/N. totale dei protesti da cancellare	20 gg
Tempi medi di emissione dell'ordinanza a seguito di comunicazione Ente accertatore	Tempo intercorrente tra l'emissione dell'ordinanza e la comunicazione dell'Ente accertatore/N. totale di comunicazioni	60 gg



Scheda di programmazione operativa 4.5

Obiettivo strategico	Sostenere la competitività delle imprese
Obiettivo operativo	Sostenere la creazione e lo sviluppo dell'imprenditorialità delle imprese

Intervento 4.5.A		
Descrizione	Attività di sostegno alla creazione di nuove imprese attraverso assistenza, accoglienza e formazione rivolta agli aspiranti imprenditori, alle imprese nella fase di start up e all'imprenditoria femminile	
Risultati attesi	Realizzazione di attività di assistenza e di formazione	
Settore coinvolto	Albi ed elenchi professionali e attività promozionali	
Servizio responsabile	Attività promozionali	
Altri soggetti coinvolti	Azienda speciale IFOC; Azienda speciale AICAI	
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio	
Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Assistenza realizzata alle imprese in fase di start up	N. di assistenze realizzate alle imprese in fase di start up	300
Attività formative realizzate agli aspiranti imprenditori	N. interventi formativi per gli aspiranti imprenditori	150

Intervento 4.5.B		
Descrizione	Organizzazione di seminari e percorsi di alta formazione e di aggiornamento per incentivare e supportare l'investimento in formazione continua delle imprese attive nel territorio barese	
Risultati attesi	Miglioramento delle competenze e delle conoscenze delle risorse umane a vantaggio della competitività locale	
Settore coinvolto	Albi ed elenchi professionali e attività promozionali	
Servizio responsabile	Attività promozionali	
Altri soggetti coinvolti	Azienda speciale IFOC	
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio	
Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Grado di realizzazione di seminari e percorsi formativi	N. seminari e percorsi formativi realizzati nel periodo T /N. seminari e percorsi formativi realizzati per il periodo T-1	>1



Scheda di programmazione operativa 4.6

Obiettivo strategico	Sostenere la competitività delle imprese
Obiettivo operativo	Sostenere i comparti del commercio, del turismo, dell'industria, dell'artigianato, dell'agricoltura e dell'agroalimentare

Intervento 4.6.A		
Descrizione	Iniziative di promozione del territorio locale e del turismo in Terra di Bari (BIT Milano, Progetto Ulivi di Terra Madre, Info-point turistico, educational tour, ecc.)	
Risultati attesi	Realizzazione di eventi promozionali del turismo in Terra di Bari	
Settore coinvolto	Albi ed elenchi professionali e attività promozionali	
Servizio responsabile	Attività promozionali	
Altri soggetti coinvolti	Unioncamere regionale; Azienda speciale AICAI	
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio	
Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Eventi di promozione turistica	N. eventi di promozione turistica realizzati nel tempo T	4
Grado di partecipazione delle imprese agli eventi promossi dalla Camera di commercio	N. imprese partecipanti agli eventi promossi dalla Camera di commercio	300

Intervento 4.6.B		
Descrizione	Creare sinergie tra le imprese dei sistemi produttivi locali	
Risultati attesi	Creazione di una rete d'impresa	
Settore coinvolto	Albi ed elenchi professionali e attività promozionali	
Servizio responsabile	Servizio attività promozionali	
Altri soggetti coinvolti	Unioncamere regionale; Azienda speciale AICAI	
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio	
Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Iniziative a sostegno delle imprese	N. eventi promozionali a sostegno delle imprese	12

Intervento 4.6.C		
Descrizione	Valorizzare le produzioni artigianali e le tradizioni produttive	
Risultati attesi	Valorizzazione delle attività artigianali pugliesi	
Settore coinvolto	Albi ed elenchi professionali e attività promozionali	
Servizio responsabile	Attività promozionali	
Altri soggetti coinvolti	Unioncamere regionale; Azienda speciale AICAI	
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio	
Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Grado di partecipanti alle mostre dell'artigianato	N. imprese partecipanti alle mostre dell'artigianato	100
Eventi realizzati in favore dell'artigianato	N. eventi realizzati in favore dell'artigianato	3



Intervento 4.6.D		
Descrizione	Promuovere e tutelare i prodotti di eccellenza	
Risultati attesi	Sostegno e promozione delle eccellenze enogastronomiche e delle tipicità pugliesi	
Settore coinvolto	Albi ed elenchi professionali e attività promozionali	
Servizio responsabile	Attività promozionali	
Altri soggetti coinvolti	Unioncamere regionale; Azienda speciale AICAI; Azienda speciale SAMER	
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio	
Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Iniziative a sostegno delle tipicità locali	N. eventi promozionali del settore vitivinicolo realizzati nel periodo T/ N.eventi promozionali del settore vitivinicolo realizzati nel periodo T-1	>1
Grado di partecipazione agli eventi promossi dalla Camera	N. partecipanti agli eventi promossi dalla Camera nell'anno T / N. partecipanti agli eventi promossi dalla Camera nell'anno T-1	>1
Iscritti agli Albi	N. iscritti negli Albi DOP, IGT nell'anno t/ N. iscritti negli Albi DOP, IGT nell'anno T-1	>1
Verifiche effettuate	N. verifiche e analisi effettuate nell'anno T/ N. verifiche e analisi effettuate nell'anno T-1	>1
Panel sui prodotti	N. Panel test effettuati/ N. Panel test effettuati nell'anno T-1	>1



Scheda di programmazione strategica 5

AREA STRATEGICA	ECONOMICO-FINANZIARIA
Obiettivo strategico	Orientare la gestione camerale verso un modello di maggiore efficienza
Risultati attesi	1) Ottimizzazione dei livelli di efficacia, efficienza e qualità dei processi interni 2) Incremento dei margini di efficienza e di produttività 3) Fluidità dei processi organizzativi 4) Valorizzazione delle capacità professionali impiegate nell'Ente 5) Razionamento della gestione delle risorse camerali 6) Aumento delle entrate camerali

Indicatori	Modalità di calcolo	Target		
		2011	2012	2013
Livello di contenimento spese di funzionamento	Totale spese di funzionamento sostenute nell'anno T / Totale spese di funzionamento sostenute nell'anno T-1	<1	<1	<1
Tasso di morosità delle riscossioni	N. morosi anno T / N. morosi anno T-1	-	<1	<1

Settori coinvolti
Gestione delle risorse e del patrimonio



Scheda di programmazione operativa 5.1

Obiettivo strategico	Orientare la gestione camerale verso un modello di maggiore efficienza
Obiettivo operativo	Ottimizzare i flussi e i processi all'interno della Camera di commercio

Intervento 5.1.A	
Descrizione	Miglioramento del sistema di monitoraggio interno della gestione camerale
Risultati attesi	Allineare il sistema di monitoraggio alle previsioni normative e garantire un reale governo del livello di performance conseguito
Settore coinvolto	Gestione delle risorse e del patrimonio
Servizio responsabile	Bilancio
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Reporting multilivello	N. Report monitoraggio della performance prodotti anno T / N. Report monitoraggio della performance prodotti anno T-1	≥ 1



Scheda di programmazione operativa 5.2

Obiettivo strategico	Orientare la gestione camerale verso un modello di maggiore efficienza
Obiettivo operativo	Razionalizzare l'impiego delle risorse camerali

Intervento 5.2.A	
Descrizione	Raggiungimento degli obiettivi dell'ente in termine budget direzionale
Risultati attesi	Rispetto degli obiettivi economici
Settore coinvolto	Gestione delle risorse e del patrimonio
Servizio responsabile	Bilancio
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Utilizzo del budget	Risorse impiegate / risorse previste a budget	80%

Intervento 5.2.B	
Descrizione	Diffusione di una cultura organizzativa basata sulla misurazione dei risultati e sull'efficacia della gestione
Risultati attesi	Miglioramento della performance organizzativa
Settore coinvolto	Gestione delle risorse e del patrimonio
Servizio responsabile	Bilancio
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Tempo destinato alla formazione	Numero di ore destinata alla formazione	30

Intervento 5.2.C	
Descrizione	Valorizzazione delle partnership di sistema nelle forniture e nella gestione contrattuale
Risultati attesi	Risparmi nelle forniture di servizi
Settore coinvolto	Gestione delle risorse e del patrimonio
Servizio responsabile	Provveditorato
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Razionalizzazione spese di fornitura	Spese per fornitura servizio xx periodo T / Spese per fornitura servizio xx periodo T-1	<1

Intervento 5.2.D	
Descrizione	Razionalizzazione delle spese legali
Risultati attesi	Contenimento al ricorso di consulenze legali esterne
Settore coinvolto	Settore legale e fede pubblica
Servizio responsabile	Ufficio legale
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Livello di gestione interna dei procedimenti camerali	N. cause trattate d'ufficio / totale procedimenti pendenti della Camera	70%



Scheda di programmazione operativa 5.3

Obiettivo strategico	Orientare la gestione camerale verso un modello di maggiore efficienza
Obiettivo operativo	Ottimizzare le riscossioni

Intervento 5.3.A	
Descrizione	Migliorare la riscossione del diritto annuale
Risultati attesi	Incremento della riscossione
Settore coinvolto	Gestione delle risorse e del patrimonio
Servizio responsabile	Diritto annuale
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Incremento della riscossione del diritto annuale	Diritto annuale riscosso nel periodo T/ Diritto annuale riscosso nel periodo T-1	>1

Intervento 5.3.B	
Descrizione	Postalizzazione del pagamento dei diritti gestori di rifiuti
Risultati attesi	Incremento della riscossione
Settore coinvolto	Settore ambiente e attività decentrate
Servizio responsabile	Servizio ambiente
Risorse umane coinvolte	Personale del servizio

Indicatori	Modalità di calcolo	Target 2011
Messa a regime della postalizzazione	Scadenza per la messa a regime della postalizzazione	31/12/2011



ATTUAZIONE E MIGLIORAMENTO DEL CICLO DI GESTIONE DELLA PERFORMANCE

La piena attuazione del Ciclo di gestione della performance da parte della Camera di commercio di Bari avverrà attraverso una serie di azioni finalizzate all'acquisizione e all'interiorizzazione di metodologie, le competenze e gli strumenti necessari, utilizzando e valorizzando al contempo le professionalità operanti nell'Ente.

L'attuazione avverrà tenendo conto:

- > delle prassi, delle metodologie e delle esperienze già maturate dalla Camera di commercio in materia di pianificazione e controllo;
- > delle disposizioni contenute nel D.lgs n. 150/2009, in accordo anche con quanto previsto dal DPR n. 254/2005 e dalle delibere emanate dalla CIVIT (Commissione per la valutazione, la trasparenza e l'integrità delle amministrazioni pubbliche);
- > delle Linee guida realizzate specificamente per le Camere di commercio a cura dell'Unioncamere nazionale.

Il 2011 è stato l'anno in cui gradualmente è stato adottato il Ciclo di gestione della performance con l'intento di consentire un effettivo avvio a regime per l'esercizio 2012. Nei prossimi mesi saranno pertanto previsti dei momenti di verifica (check) durante i quali sarà verificato lo stato di avanzamento dell'attuazione del Ciclo e sarà eventualmente valutata l'esigenza di adeguare i processi gestionali interni.

ALLEGATI TECNICI

- > Relazione previsionale e programmatica 2011
- > Documento sul Sistema di misurazione e valutazione della performance

