

# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura B A R I

**DELIBERAZIONE N. 8 DEL 11.03.2016**

**OGGETTO: Piano di Comunicazione della Camera di Commercio di Bari - Anno 2016**

Il Presidente relaziona in merito all'argomento, riferendo che l'art. 11 della Legge n. 150 del 07.06.2000 sulla "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni" prevede che le P.A. elaborino annualmente il programma delle iniziative di comunicazione da realizzare.

La comunicazione, continua il relatore, è lo strumento fondamentale per promuovere e aumentare la conoscenza dell'attività amministrativa non solo da e verso i principali referenti camerali, quali imprese, operatori economici, consumatori e utenti, ma anche nei confronti di tutti gli altri soggetti che concorrono alla definizione e all'attuazione delle politiche proprie dell'agire della Camera di Commercio di Bari quali il proprio personale, gli Enti pubblici e le Associazioni di categoria. La comunicazione rappresenta oggi più che mai un importante e imprescindibile strumento di connessione tra co-attori e destinatari nell'intento di facilitare la conoscenza reciproca.

Tutto il sistema camerale barese, attraverso il nuovo Piano, dovrà mirare all'individuazione e al potenziamento di forme e modi di comunicazione efficaci che contribuiscano a rafforzare l'immagine dell'Ente e a valorizzarne i servizi presso un'utenza quanto mai numerosa e diversificata.

Sono questi i principi, sottolinea il Presidente, che hanno ispirato la bozza di Piano di Comunicazione della Camera di Commercio di Bari relativo all'anno 2016 sottoposta all'attenzione dell'Organo Collegiale per l'approvazione.

## LA GIUNTA

- sentita la relazione del Presidente;
- vista la legge 580/1993 e successive modifiche e integrazioni;
- vista la legge 150/2000;
- visto lo Statuto camerale;
- consapevole che il miglioramento della comunicazione costituisce una leva strategica per l'agire camerale e l'innovazione dell'intera organizzazione ed è strettamente connesso alla credibilità che l'ente riesce a trasmettere a tutti i propri referenti;
- nella piena e condivisa convinzione che il Piano di Comunicazione oltre ad aumentare l'efficienza e l'efficacia delle modalità di produzione e fruizione delle informazioni, in


# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

## B A R I

- nella piena e condivisa convinzione che il Piano di Comunicazione oltre ad aumentare l'efficienza e l'efficacia delle modalità di produzione e fruizione delle informazioni, in senso più generale, consente di migliorare la qualità delle relazioni e il dialogo sia all'interno e che all'esterno dell'Ente;
- letta e condivisa la bozza di Piano di Comunicazione della Camera di Commercio di Bari relativo all'anno 2016;
- ritenuto, in un'ottica di potenziamento e miglioramento dell'agire comunicativo dell'Ente, di dover procedere all'approvazione del Piano di Comunicazione della Camera di Commercio di Bari relativo all'anno 2016;
- visto il parere favorevole del Segretario Generale Dott.ssa Angela Patrizia Partipilo in merito alla legittimità del provvedimento;
- a voti unanimi espressi in termini di legge;

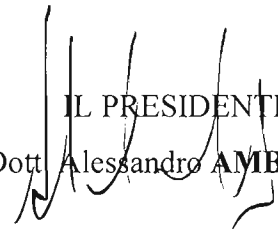
### DELIBERA

per le motivazioni espresse in narrativa, che qui si intendono integralmente riportate, di approvare il Piano di Comunicazione della Camera di Commercio di Bari relativo all'anno 2016 che si allega alla presente deliberazione e ne costituisce parte integrante.

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dott.ssa Angela P. **PARTIPILO**)



IL PRESIDENTE  
(Dott. Alessandro **AMBROSI**)



Al termine della trattazione dell'argomento lascia la seduta il Consigliere Bellomo.

### Piano di Comunicazione 2016

#### Premessa

Nonostante il consistente taglio delle risorse introdotto dal legislatore, la Camera di Commercio di Bari, consapevole della posizione di rilievo che occupa nel panorama istituzionale, economico-produttivo e sociale, si propone e conferma anche per il 2016 come l'Ente che meglio di ogni altro rappresenta potenzialità ed esigenze dei diversi comparti produttivi attivi sul territorio di riferimento.

Il Piano di comunicazione per il nuovo anno è pertanto mirato alla divulgazione integrata delle informazioni economiche e delle attività a favore delle imprese. Esso rappresenta una modalità di coordinamento delle attività per massimizzare l'utilizzo delle risorse e creare sinergie tra le diverse azioni di divulgazione, per contribuire a rendere efficaci e soddisfacenti le relazioni con i propri interlocutori come imprese, consumatori e altri Enti.

#### Obiettivi

Nel perseguimento di un'azione sempre più condivisa, efficiente ed efficace, che, pur nella razionalizzazione della spesa, ha posto al primo posto gli interessi delle imprese, la Camera di Commercio di Bari considera la comunicazione un bene essenziale, un servizio, un'esternalità, da tutelare e garantire a vantaggio della intera collettività e nella piena osservanza dei principi di correttezza, qualità e trasparenza.

Le azioni in programma, in linea con quanto previsto dalla Relazione Previsionale Programmatica 2016, si prefiggono pertanto di:

- migliorare la percezione del ruolo della Camera di Commercio sul territorio e rafforzare l'immagine attraverso la realizzazione di interventi continuativi e coordinati;
- curare e coordinare la divulgazione dell'informazione sui servizi camerali, con particolare riguardo a quelli più innovativi e a sostegno delle imprese;
- realizzare materiali informativi digitali da diffondere tramite sito internet e social media;
- razionalizzare i canali di divulgazione e riorganizzare i contenuti della comunicazione interna;
- rilanciare la biblioteca camerale;
- monitorare il grado di soddisfazione dell'utenza.

L'Ente deve quindi, da un lato, soddisfare l'esigenza delle imprese di ricevere comunicazioni e informazioni sulle attività esperite, attraverso strumenti innovativi veloci e diretti e, dall'altro, consolidare la propria immagine e il proprio ruolo facendo fronte, in questa delicata fase di revisione di riordino del sistema delle Camere di Commercio, a esigenze di carattere economico derivanti dai cospicui tagli del diritto annuale.

Il presente Piano, contenente sintetiche ma efficaci linee di indirizzo, è un documento di natura dinamica, adattabile a situazioni e stimoli emergenti, e in grado di integrare la spinta propulsiva proveniente dai diversi soggetti, interni ed esterni, coinvolti.

### Percorsi di intervento

#### Network governance

La linea di sviluppo dell'agire comunicativo camerale deve mirare alla crescita di competitività del sistema produttivo locale attraverso la condivisione e la diffusione di informazioni di vitale interesse per i comparti del commercio, dell'industria, dell'artigianato e dell'agricoltura e in stretta collaborazione con tutti i soggetti interessati allo sviluppo del territorio: Associazioni di categoria, Enti locali, Università e istituzioni private. Nel dialogo con il contesto sociale, la Camera di Commercio di Bari vuole offrire ai propri interlocutori anche la possibilità di essere parte attiva nella definizione delle politiche pubbliche in materia di economia del territorio. Per questo motivo, l'Ente ha il compito di interpretare in modo trasversale gli interessi pubblici e privati del sistema economico, dando vita a un progetto di divulgazione integrato tra informazione economica e attività a favore delle imprese con particolare attenzione alla definizione di contenuti, modalità e risorse della comunicazione, in ossequio anche ai criteri di trasparenza, efficacia, efficienza ed economicità della gestione delle risorse pubbliche.

Dal momento che la Camera, come descritto nella relazione Previsionale Programmatica 2016, sarà il "luogo" dove sperimentare e attuare un sistema di *governance* d'eccellenza, la comunicazione da essa realizzata dovrà essere l'interfaccia operativa con gli altri soggetti, Associazioni di categoria *in primis*, chiamati a gestire e valorizzare l'economia locale in seno agli Organi direttivi dell'Ente e delle sue Aziende speciali e presso *stakeholder* istituzionali quali Regione, Città metropolitana e Comuni, Unioncamere e Unione regionale, Governo e Unione europea.

#### Semplificazione amministrativa

La Camera di Commercio di Bari, come già esplicitato nella Relazione Previsionale Programmatica 2016, ha già schedato per il prossimo biennio la messa in atto di una digitalizzazione avanzata multilivello in un'ottica di semplificazione e informatizzazione dei rapporti burocratici fra cittadini-imprese e Pubblica Amministrazione.

L'Ente nel 2016 intraprenderà, avvalendosi anche del programma nazionale stilato da Unioncamere, un percorso di semplificazione amministrativa che, oltre a proseguire le azioni già intraprese in attuazione del D.L. 112/2008, porterà ad una piena valorizzazione del patrimonio informativo contenuto nelle banche dati camerali. Grazie alle nuove funzionalità, in via di implementazione, del Protocollo informatico - come previsto anche dal **Codice dell'Amministrazione Digitale (Cad)** - si arriverà al varo del "Fascicolo Elettronico d'impresa". Quest'ultimo, consentirà una più efficiente gestione dei Suap, e, insieme alla piattaforma-portale *impresainungiorno.gov.it*, darà vita ad banca dati interattiva, integrata e univoca, in grado di assicurare uniformità di linguaggio tra sistemi informativi delle P.A., consulenti e imprese.

#### Trasparenza - Prevenzione della Corruzione

La Camera di Commercio di Bari ha già attuato e continuerà, migliorandone gli standard di comunicazione, a proporre la trasparenza dei propri atti e procedimenti in chiave di accessibilità "totale". Nella stretta osservanza dei principi di legalità, imparzialità, uguaglianza, buon andamento e integrità, l'Ente concorrerà alla realizzazione di

un'amministrazione aperta al servizio delle imprese e garante del diritto del cittadino a una buona amministrazione.

Con lo scopo di favorire forme diffuse di controllo su atti e funzioni, l'Ente promuoverà la cultura della trasparenza anche come strumento per la prevenzione e la repressione della corruzione pubblicando online e fornendo in *open data* tutti i elementi informativi previsti dalla normativa (D.Lgs. 33/2013) e dal Cad (D.Lgs. 235/2010) in particolare.

### Regolamentazione del mercato e tutela del consumatore

Un mercato trasparente è precipuo interesse anche dell'impresa che vuole operare in modo corretto e intende affermare la propria competitività a partire da un rapporto leale con chi usufruisce dei suoi servizi e dei suoi prodotti. Per questo motivo, occorre creare un rapporto continuo e multilivello con le imprese attraverso politiche amministrative trasparenti che siano in grado di contrastare i fenomeni di illegalità e concorrenza sleale che minacciano la stabilità e lo sviluppo del sistema economico locale.

In tale ottica, verranno attuate iniziative di vigilanza e regolamentazione del mercato attraverso la promozione di regole certe ed eque, potenziando il punto di incontro per risolvere le controversie in modo alternativo, senza ricorrere alla giustizia ordinaria. Su questa linea di sviluppo dell'agire camerale si innestano anche le attività per la predisposizione di contratti-tipo e la diffusione di clausole equilibrate e chiare. Verrà potenziata, nell'ambito delle procedure di mediazione obbligatoria, la mediazione civile e commerciale *on line* affinando gli strumenti tecnici e informatici attualmente disponibili.

Per contrastare anche su internet i fenomeni di pirateria e truffe *on line* e per favorire la messa a regime della legislazione sul Brevetto Europeo, l'Ente integrerà l'attuale piattaforma con servizi innovativi per la tutela della proprietà intellettuale e attraverso la condivisione di risorse con altre Camere di Commercio e Associazioni di categoria.

### Sviluppo, internazionalizzazione e marketing territoriale

Attraverso la consulenza e l'offerta gratuita di servizi alle imprese, garantita attraverso l'attività di comunicazione ed informazione svolta dagli sportelli di *front* e *back-office*, anche con il supporto delle proprie Aziende Speciali, la Camera di Commercio di Bari attuerà azioni di sostegno tendenti ad agevolare la capacità delle imprese di accedere a Fondi e opportunità messi a disposizione dall'Unione Europea. Parallelamente proseguirà l'offerta di servizi promozionali e di assistenza mirati all'internazionalizzazione e al marketing territoriale incoraggiando investimenti di soggetti pubblici e privati stranieri e allestendo percorsi innovativi *business oriented*.

In particolare, in linea con quanto delineato in sede di Relazione Previsionale Programmatica 2016 e in considerazione del fatto che l'azione di promozione di prodotti tipici locali ed eccellenze produttive, nonché storico-artistiche e culturali, deve essere valorizzata al meglio, l'Ente ha già attivato collaborazioni e sinergie per sfruttare la cassa di risonanza mondiale offerta da **Matera 2019**. La firma del protocollo d'intesa tra le Camere di Commercio di Matera, Bari e Taranto costituisce un efficace strumento di programmazione attraverso il quale costruire un progetto unico finalizzato a inserire in una cornice adeguata un'occasione irripetibile: un'occasione di sicuro respiro internazionale per una macro-area nel cuore del Mezzogiorno d'Italia con radici comuni, storia, contiguità geografica, tradizioni e cultura.

A questa linea si intersecano anche l'ipotesi di rilancio del **Mercato Agricolo Alimentare di Bari (Maab)** e il progetto di gestione della **Fiera del Levante** attraverso la *newco* in partnership con soggetti altamente titolati del settore. Quest'ultimo progetto, in particolare, al di là delle polemiche sterili e pretestuose di bassa natura politica, rappresenta *in primis* per il territorio e, parallelamente, comunque, per l'Ente, più che una partecipazione, un'opportunità unica e irrinunciabile nel pieno rispetto della recente decretazione di attinenza camerale. Opportunità unica e irrinunciabile sotto molteplici profili: economico, storico, culturale e sociale. Opportunità unica e irrinunciabile testimoniata anche dalla constatazione dell'assoluta mancanza di alternative proposte. A tale progetto - come pure nel caso del Maab - dovranno essere dedicate risorse, in termini di comunicazione, e sinergie, in termini di rapporti istituzionali, per realizzare un'idea che oltre a rappresentare un'ancora di salvezza per l'Ente fieristico, potrà rivelarsi una leva strategica di sviluppo per tutto il territorio.

## Strumenti

### Comunicazione esterna

Migliorare e ottimizzare la comunicazione a tutti i livelli contribuirà a rafforzare l'immagine e la percezione della Camera di Commercio di Bari presso tutti gli *stakeholder*. Un'efficace comunicazione integrata rappresenta un approccio fondamentale con l'utenza e gli altri referenti istituzionali e, in quanto tale, va programmato e coordinato con tutti gli strumenti a disposizione dell'Ente in materia di informazione.

### Sito e servizi internet

Il sito camerale, che già assicura elevati standard di dinamicità e flessibilità, si conferma quale principale canale di comunicazione dell'Ente verso l'esterno. L'impegno per il 2016 dovrà essere quello di implementarne i contenuti sia in termini di normativa e modulistica, sia in termini di informazione economica. L'evoluzione del sito da pagina promozionale a vera e propria piattaforma per la fornitura e lo scambio di servizi e informazioni dovrà subire una decisa accelerazione nel corso dell'anno. Nel compito-sfida di integrare i linguaggi informatizzati contemporanei per realizzare un nuovo "vero" sistema Paese, in linea con quanto predisposto in sede di Relazione Previsionale Programmatica, la Camera di Commercio di Bari dovrà proporsi quale interfaccia accreditata e affidabile per tutti i soggetti economici del territorio e non solo per loro.

Sotto il profilo prettamente operativo, grazie alla riorganizzazione della struttura camerale con la successiva individuazione dei responsabili delle posizioni organizzative e l'imminente riallocazione del personale secondo nuovi standard funzionali, il personale di tutti gli uffici della Camera di Commercio di Bari, oltre a svolgere le ordinarie attività di competenza, dovranno collaborare alla realizzazione dei contenuti per il sito internet. L'intento è quello di poter contare su una redazione diffusa e capillare, coordinata dall'Ufficio Relazioni con il Pubblico con l'obiettivo di migliorare costantemente la struttura delle informazioni e l'uniformità dello stile della

comunicazione, ponendo attenzione soprattutto ai temi dell'accessibilità e dell'aggiornamento.

La vera rivoluzione si avrà tuttavia, entro il prossimo biennio, con l'innesto sul sito delle funzionalità connesse al software Telemaco - che attualmente consente la gestione delle pratiche indirizzate al Registro Imprese - al quale saranno affiancati i nuovi applicativi del Protocollo informatico. L'obiettivo, in ossequio alla definitiva entrata in vigore del Codice dell'Amministrazione Digitale, è di migliorare i servizi attraverso un accesso rapido da parte di imprese e cittadini allo stato dei procedimenti e ai relativi documenti di loro interesse. Per l'anno 2016, in particolare, si procederà alla riorganizzazione delle sezioni del sito così come previsto dall'Allegato A del D.lgs. 33/2013 anche al fine di non risultare inadempienti in caso di controlli predisposti nell'ambito delle attività connesse alla **Bussola della Trasparenza**, il sistema telematico voluto dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri a supporto della trasparenza dei siti web della Pubblica Amministrazione. Il prossimo *step* sarà quello di semplificare gli adempimenti amministrativi tra diverse Pubbliche Amministrazioni partendo dagli attuali strumenti a disposizione quali firma digitale e posta elettronica certificata.

Sull'attuale piattaforma dovranno comunque essere integrate anche funzioni informative, di supporto e assistenza alle nuove imprese (specialmente a quelle giovanili e femminili), nonché servizi innovativi per la tutela di proprietà industriale, marchi e brevetti senza tralasciare la diffusione del ricorso a pratiche telematiche di giustizia alternativa (arbitrato, mediazione e conciliazione) per la risoluzione delle controversie tra imprese e consumatori-utenti. Sempre in un'ottica di pubblica amministrazione orientata all'utenza, si dovrà lavorare per ottimizzare le procedure informatizzate per il rilascio dei certificati d'origine, delle attestazioni di libera vendita e commercializzazione dei prodotti sul territorio italiano e comunitario, e per la certificazione dei poteri di firma su atti e dichiarazioni da far valere all'Estero.

### Informazione economica

Sotto il profilo squisitamente informativo, in un'ottica di potenziamento dell'immagine e della percezione dell'ente da parte di un pubblico sempre più vasto, andranno fortemente rimpinguati notizie, report, studi e analisi oggi in parte presenti sul sito ma, purtroppo, datati e obsoleti. L'obiettivo è quello di rivitalizzare e riqualificare il patrimonio informativo della Camera di Commercio di Bari: un patrimonio in continuo aggiornamento e di sicuro interesse per una vasta platea di utenti come docenti, studenti, analisti ed esperti in economia, finanza e marketing, commercialisti e professionisti in genere.

Si procederà, pertanto, con una cadenza in linea con il rilascio dei dati preordinati (generalmente trimestrale) all'aggiornamento a livello territoriale:

- del Sistema Informativo Excelsior, la banca dati sui profili lavorativi e sulle tipologie di formazione maggiormente richiesti dalle imprese realizzata da Ministero del Lavoro e Unioncamere nazionale in collaborazione con le singole Camere di Commercio;
- del Movimprese, la banca dati sulla movimentazione delle imprese risultante presso i Registri tenuti da ogni Camera di Commercio e curata a livello

nazionale da Infocamere;

- del Registro Informativo dei Protesti, anch'esso curato a livello nazionale da Infocamere;

In linea con quanto sopra esposto, la Camera di Commercio di Bari aderirà alla edizione 2016 della **Giornata dell'Economia**, l'iniziativa varata da Unioncamere nazionale, per favorire e diffondere la conoscenza del sistema camerale e delle sue molteplici risorse informative.

Tutti i *cluster* sopra esposti saranno esplicitati tramite accesso ai dati (organizzati in tavole e/o tabelle) ed esposizione sintetica delle risultanze, oltre che essere corredati di adeguato comunicato stampa.

### Social media e rapporti con la stampa

In un'ottica di comunicazione integrata, andranno poi diffusi tramite *social media*, in particolare tramite la pagina Facebook della Camera di Commercio di Bari, tutti i contenuti di maggiore interesse pubblicati sul sito.

É auspicabile altresì l'organizzazione di eventi e comunque di conferenze stampa dedicate a:

- presentazione dei dati e dei progetti sopra esposti (Excelsior, Movimprese, Protesti, Giornata dell'Economia);
- eventi camerale e fieristici;
- vita camerale (insediamento nuovo Consiglio, elezione Presidente, varo nuova Giunta, approvazione e Rendiconto e Bilancio, Bilancio sociale, presentazione di *partnership*, ecc.).

### Eventi

In considerazione della sempre crescente numero di manifestazioni, convegni, giornate di studio, seminari informativi e conferenze stampa organizzate dall'Ente, anche in collaborazione con altri soggetti e partner sia istituzionali che privati, si suggerisce la seguente classificazione degli eventi al fine di fornire alle procedure organizzative delle suddette manifestazioni carattere di completezza, sistematicità e coordinamento:

#### **a) *Evento su temi di carattere economico di interesse generale***

*Esempi: Giornata dell'Economia, presentazioni di partnership, giornate Paese.*

- Prevede l'intervento del Presidente oppure, in sua vece, del Segretario Generale;
- si rivolge ad un pubblico indifferenziato, ancorché prevalentemente contraddistinto da attori del mondo economico (Associazioni di categoria e imprese soprattutto), su temi di carattere economico di interesse generale;
- gli inviti vengono effettuati con modalità di diffusione tali da garantire la massima presenza (comunicato stampa di annuncio su giornali, radio, tv + inviti personalizzati);
- prevede la presenza di autorità (rappresentanti politico/istituzionali di enti) e dei massimi rappresentanti delle associazioni (Presidenti e/o



Direttori);

- prevede la presenza della stampa.

**b) *Evento su temi di carattere specialistico per categorie individuate***

*Esempi: presentazione di normative, censimenti di settore, programmi e iniziative in tema di imprenditoria giovanile e femminile, agevolazioni creditizie e finanziarie.*

- Non è prevista la presenza del Presidente se non nei casi particolari in cui egli stesso ritenga di dover intervenire. Di norma, interviene il Segretario Generale o un Dirigente da lui delegato;
- si rivolge ad un pubblico ben individuato che ha un interesse specifico riguardo alla materia trattata nel corso dell'evento;
- il pubblico è sollecitato ad intervenire con inviti diretti e personalizzati (e-mail, posta ordinaria) o con comunicato stampa;
- non prevede la presenza di autorità (rappresentanti politico/istituzionali di enti), ma esclusivamente dei rappresentanti degli organismi interessati alla materia trattata (in genere Associazioni di categoria e/o imprese);
- non prevede la presenza della stampa, se non in casi eccezionali in cui il Presidente e/o il Segretario Generale lo ritengano opportuno, ma richiede, dopo quello di annuncio (di cui sopra), la predisposizione di un secondo comunicato stampa per la divulgazione dei temi trattati nel corso dell'evento.

**c) *Evento su temi di carattere tecnico rivolto a specifici utenti***

*Esempi: giornate formative per la compilazione e l'inoltro del bilancio, lancio di gestionali e software per consulenti e operatori.*

- Interviene il capo del servizio o dell'ufficio interessato. In casi particolari, qualora lo ritengano opportuno, intervengono il Segretario Generale o il Dirigente competente;
- si rivolge ad alcune categorie specifiche di utenti camerali o di referenti degli uffici per affrontare temi o portare a conoscenza di questioni e/o informazioni di carattere tecnico riguardanti i servizi camerali;
- il pubblico è sollecitato ad intervenire con inviti diretti e personalizzati;
- non richiede la presenza della stampa ma, qualora il Segretario Generale lo ritenga opportuno per una migliore divulgazione delle questioni affrontate, i contenuti dibattuti nel corso dell'evento possono essere portati a conoscenza di un pubblico più vasto con comunicati stampa o sul sito camerale.

**d) *Attività di divulgazione di funzioni o servizi da realizzarsi con allestimento e predisposizione di appositi spazi comunicativi***

*Esempi: presentazione di sportelli e servizi di giustizia alternativa, contratti tipo, tutela della proprietà industriale, marchi e brevetti.*

- Si rivolge indifferentemente a tutti gli utenti o ai potenziali utenti per divulgare la conoscenza delle funzioni e/o dei servizi offerti dall'Ente;
- prevede, congiuntamente o alternativamente, l'allestimento di stand e punti informativi, la realizzazione di trasmissioni televisive o radiofoniche, la predisposizione di box pubblicitari su giornali e riviste, la realizzazione di brochure, locandine e pubblicazioni informative.

### Biblioteca camerale

Conseguenza naturale del processo di riammodernamento e riqualificazione della Biblioteca camerale - avviato nel 2015 con l'affidamento del servizio di spolveratura e catalogazione ad idonea impresa specializzata - sarà l'inserimento della stessa nel **Servizio Bibliotecario Nazionale (SBN)**: il network formato dalle biblioteche italiane, pubbliche e private, che adeguandosi ai più elevati standard per la catalogazione, cooperano alla formazione e all'incremento del catalogo collettivo, nonché allo sviluppo di una rete di servizi innovativi rivolti ad un'utenza sempre più competente ed esigente. Tale adesione, da perfezionare con stipula di apposita convenzione tra Camera di Commercio di Bari e Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, comporta l'impegno a cooperare sia per incrementare il catalogo collettivo SBN che per rendere disponibili i documenti posseduti. impegnare

L'adesione, nel dettaglio, avverrà tramite connessione al Polo SBN di Bari, animato Città Metropolitana di Bari e Biblioteca Nazionale di Bari. La Biblioteca camerale dovrà impegnarsi pertanto a osservare norme catalografiche comuni e a rendere disponibili i propri documenti, in originale o in copia, agli altri partner che ne facciano richiesta, assicurando altresì la copertura dei costi di installazione del software da gestire con più postazioni di lavoro in rete locale e geografica, ed, eventualmente, l'acquisizione dell'hardware necessario, oltre che dei costi di collegamento all'Indice nazionale.

In ogni fase, sarà imprescindibile garantire funzionalità quali la catalogazione, l'inventario, la collocazione del documento, il prestito, la gestione per soggetti e classi, l'interrogazione. Al di là dei risvolti amministrativi, la rinascita della Biblioteca camerale è un punto fondante del Piano di comunicazione anche per gli anni futuri: l'impatto sull'utenza e il ritorno in termini di immagine per l'Ente saranno assicurati dalla volontà di fare del luogo fisico "biblioteca" uno spazio, oltre che di consultazione, anche di confronto tra le energie culturali che animano, a livello territoriale, un ambito innovativo e promettente quale quello economico-culturale.

### Bilancio sociale

Il Bilancio sociale è uno strumento con il quale un'impresa o un Ente illustrano la propria azione nei confronti di interlocutori di riferimento (*stakeholder*). Il Bilancio sociale è caratterizzato dalla volontarietà della sua predisposizione, dalla resa del conto degli impegni, dei risultati e degli effetti prodotti e dall'individuazione e dalla comunicazione con i soggetti referenti portatori di interesse.

Il documento, che già recepisce le più innovative azioni di comunicazione, oltre che essere disponibile e consultabile anche nella versione *on-line* sul sito camerale, sarà oggetto di presentazione alla stampa e/o di apposito comunicato stampa, a conferma della convinzione con cui la Camera di Commercio di Bari agisce, perseguendo obiettivi di

trasparenza e accessibilità.

### Interazione con il mondo scolastico

Nell'ambito della formazione saranno consolidate le iniziative già intraprese negli anni passati con le scuole e con il mondo accademico per favorire il più ampio confronto e dibattito all'interno e all'esterno dell'Ente. L'Ufficio Relazioni con il Pubblico seguirà tutte le scolaresche che ne faranno richiesta con lo scopo di collegare la formazione teorica fornita agli alunni delle scuole all'osservazione di realtà operative fortemente inerenti ai percorsi curriculari istituzionalizzati. L'obiettivo è quello di facilitare l'apprendimento e l'approccio dei giovani in ambito economico e imprenditoriale.

La Camera di Commercio di Bari, forte dell'esperienza maturata in passato anche attraverso la sua Azienda speciale Ifoc, sarà in prima linea, a livello territoriale, nel varo del **Registro nazionale per l'alternanza scuola-lavoro**, lo strumento di raccordo per facilitare l'incontro tra imprese e istituzioni scolastiche previsto dalla recente legge 107/2015 sulla Buona Scuola. Il Registro consentirà di conoscere aziende ed enti disponibili ad accogliere gli studenti previa stipula di apposite convenzioni. L'impegno della Camera, in questa fase iniziale di avvio del Registro, dovrà concentrarsi sulla comunicazione alla vasta platea dei soggetti interessati - a cominciare dalle imprese - delle opportunità offerte dalla nuova normativa. La Camera di Commercio dovrà anche farsi promotrice di percorsi e modelli di apprendimento sperimentali e innovativi. Per i giovani sarà un'opportunità di crescita e d'inserimento nel mercato del lavoro; per le aziende sarà l'occasione per investire strategicamente in capitale umano, ma anche per accreditarsi come enti formativi. La Camera di Commercio di Bari dovrà pertanto essere in grado, sotto il profilo comunicativo, di proporsi quale "agenzia" unica per il coordinamento dei diversi attori coinvolti: scuole e imprese, ma anche *tutor*, docenti, consulenti e certificatori.

### Comunicazione interna

La comunicazione interna si porrà come complementare e funzionale alla comunicazione esterna.

Nel corso dell'anno, il sistema sarà potenziato anche grazie alle risultanze dell'Indagine sul benessere organizzativo e all'implementazione di nuove funzionalità tramite la intranet camerale. In dettaglio, nel corso del 2016, continuerà la serie di azioni formative e informative dedicate al personale - come già avvenuto negli anni 2014 e 2015 - con particolare riguardo per tematiche quali l'anticorruzione, la trasparenza, la sicurezza sul posto di lavoro e, infine, il Protocollo informatico.

Nell'intranet camerale continuerà a essere pubblicata la rassegna stampa quotidiana, nonché i bandi e la modulistica d'ufficio. La messa in rete della rassegna stampa, consultabile dal personale dell'Ente direttamente sul proprio desktop, nello specifico, permette un costante aggiornamento sulle tematiche di interesse camerale ed un riscontro circa la risonanza mediatica delle attività svolte.

Grazie alle funzionalità offerte dalla rete e per maggiore completezza, la rassegna stampa di articoli pubblicati su giornali locali e nazionali cartacei andrà integrata anche con quelli *on line*.

### Ufficio Relazioni con il Pubblico

L'Ufficio cardine della comunicazione camerale, a corredo delle azioni sopra descritte, ottimizzando e riqualificando i rapporti con tutti gli uffici interessati, affinerà il sistema di informazione all'utenza sui servizi disponibili relativamente a:

- rilascio di atti e certificazioni,
- stato dei procedimenti,
- disposizioni normative e amministrative,
- ricezione delle istanze di accesso civico e controllo.

### **Feedback**

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico, interfaccia diretta tra Ente e utenti, oltre a fornire informazioni e rispondere a interrogazioni sullo stato delle pratiche, verificherà l'efficacia del sistema di comunicazione attraverso il monitoraggio a campione dei soggetti interessati al fine di evidenziare gli scostamenti tra qualità erogata e quella percepita. Questa attività di *customer satisfaction* è finalizzata alla verifica della bontà dei servizi offerti e al gradimento degli stessi da parte degli utenti. Le risultanze saranno poi utilizzate per la messa a punto di proposte operative per il miglioramento dei servizi offerti e per l'attivazione di processi meglio rispondenti ai criteri di efficacia, efficienza ed economicità.

Al fine di ottenere riscontro delle azioni in programma si propone inoltre di affiancare e integrare alle forme di monitoraggio già in essere - Valutazione della *performance* a valenza amministrativa; Indagine sul benessere organizzativo e Bilancio sociale a valenza comunicativa e istituzionale avente comunque per oggetto le attività di dirigenza e il personale - con il servizio **Google Analytics**, un applicativo gratuito messo a disposizione da Google che consente di analizzare dettagliate statistiche sui visitatori di un sito. Il servizio si rivolge principalmente al marketing di internet e ai *webmaster*.

Attraverso l'utilizzo di Google Analytics, è possibile individuare quali sono le pagine più visualizzate dai visitatori, la loro provenienza (*referrer*), il tempo di permanenza all'interno del sito e la loro posizione geografica.

Il singolo utente registrato con proprio *account* può impostare fino a cinquanta profili. Ogni profilo può corrispondere ad un sito, ma anche a una particolare sezione o sottosezione del sito, pagine singole o multiple, *download* di file particolari. Il servizio di tracciamento dei dati è gratuito per i siti che si limitano ad un traffico di meno di cinque milioni di pagine visualizzate al mese (circa due pagine visualizzate al secondo). I visitatori possono essere tracciati per provenienza: siano essi soggetti singoli, motori di ricerca, siti *referrer* o campagne a pagamento. Nel caso del sito [www.ba.camcom.it](http://www.ba.camcom.it), con l'utilizzo di Google Analytics sarà possibile determinare il ritorno in termini di interesse e qualità del pubblico di riferimento per le pagine proposte, fornendo informazioni e riscontri utili per ottimizzare la comunicazione e la percezione presso gli utenti *web*. Il servizio propone come impatto visivo vari tipi di *dashboard* in grado di soddisfare velocemente l'utente occasionale. Sono disponibili, tuttavia, anche *report* più approfonditi in grado di soddisfare le esigenze degli utenti più esperti e dei responsabili di marketing.