

# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

BARI

## DETERMINAZIONE PRESIDENZIALE N. 2 DEL 31.01.2018

OGGETTO: Piano di Comunicazione della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Bari - Anno 2018.

### IL PRESIDENTE

- Assistito dal Segretario Generale, Dott. ssa Angela Patrizia Partipilo;
- Visto l'art. 16, comma 2, della Legge n. 580/1993 e s.m.i.;
- Visto l'art. 21, comma 3, lett. b) del vigente Statuto della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Bari;
- Accertata l'urgenza nell'adozione del presente provvedimento;
- Vista la Deliberazione del Consiglio n. 6 del 13.11.2017 di approvazione della Relazione Previsionale e Programmatica anno 2018;
- Vista la Deliberazione del Consiglio n. 7 del 21.12.2017 di approvazione del Preventivo Economico 2018;
- Vista la Deliberazione di Giunta n. 98 del 21.12.2017 di approvazione del Budget Direzionale 2018;
- Visto il D.Lgs. n. 219 del 25/11/2016 contenente modifiche alla legge 29 dicembre 1993, n. 580;
- Visto l'art. 11 della Legge n. 150 del 07.06.2000 sulla "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni", che prevede che le P.A. elaborino annualmente il programma delle iniziative di comunicazione da realizzare;
- Considerato che le attività di comunicazione della Camera di Commercio di Bari hanno come obiettivo quello di informare, ma anche coinvolgere, i vari *stakeholder* sulle attività ed i progetti dell'Ente, alla luce della programmazione annuale e pluriennale delle attività e tenendo conto del processo di riforma ancora in atto;
- Rilevato che le predette attività contenute nel Piano di comunicazione intendono seguire, più nello specifico, le direttive di promuovere la competitività e lo sviluppo sostenibile del sistema economico locale, favorire la crescita responsabile delle imprese e del territorio promuovendo strumenti di tutela del mercato a garanzia della concorrenza, trasparenza e fede pubblica, nonché affermare e diffondere il ruolo della Camera di Bari quale Pubblica Amministrazione trasparente ed efficiente in grado di erogare servizi ad alto valore aggiunto;
- Considerato che il documento, per sua natura, è dinamico, adattabile alla mutevolezza degli argomenti da trattare ed è suddiviso in due sezioni, con lo scopo di riflettere sui nodi relativi alla gestione della comunicazione interna ed esterna;
- Rilevato che la comunicazione rappresenta lo strumento fondamentale per promuovere e aumentare la conoscenza dell'attività amministrativa non solo da e



# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

BARI

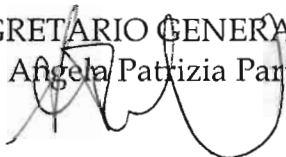
verso i principali referenti camerali, quali imprese, operatori economici, consumatori e utenti, ma anche nei confronti di tutti gli altri soggetti che concorrono alla definizione e all'attuazione delle politiche proprie dell'agire della Camera di Commercio di Bari quali gli amministratori camerali, i dipendenti, compresi quelli delle Aziende Speciali;

- Letto il Piano di Comunicazione predisposto dalla struttura per l'anno 2018;
- Ritenuto provvedere in merito in via d'urgenza, stante la mancata convocazione di una seduta di Giunta imminente;
- Visto il parere favorevole del Segretario Generale in merito alla legittimità del provvedimento,

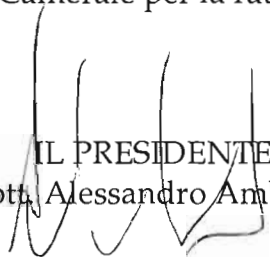
## DETERMINA

- per le motivazioni espresse in narrativa e qui da intendersi integralmente riportate, di approvare il Piano di Comunicazione della Camera di Commercio di Bari relativo all'anno 2018 che, allegato alla presente Determinazione, ne costituisce parte integrante e sostanziale;
- di sottoporre la presente Determinazione alla Giunta Camerale per la ratifica nella prima riunione successiva.

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dott.ssa Angela Patrizia Partipilo)



IL PRESIDENTE  
(Dott. Alessandro Ambrosi)



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

## PIANO DI COMUNICAZIONE DELLA CAMERA DI COMMERCIO, INDUSTRIA, ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI BARI

- ANNO 2018 -

### Premessa

Le attività di comunicazione della Camera di Commercio di Bari hanno come obiettivo quello di informare, ma anche coinvolgere, i vari *stakeholder* sulle attività ed i progetti dell'Ente, alla luce della programmazione annuale e pluriennale delle attività e tenendo conto del processo di riforma ancora in atto. La programmazione informativa deve quindi continuare a confrontarsi con la riforma del sistema camerale conseguente all'entrata in vigore del D.Lgs. 219/2016 e, oggi ancor più degli scorsi anni, implementarsi con due ordini di funzioni:

- quella strettamente amministrativa che comprende la pubblicità legale attraverso il Registro imprese, il fascicolo informatico di impresa, il punto unico di accesso telematico per le imprese, la tutela del consumatore, la vigilanza e il controllo, la rilevazione dei prezzi e delle tariffe, gli adempimenti in materia ambientale;
- l'altra che riguarda il coordinamento di azioni volte a favorire lo sviluppo delle imprese e del territorio e che si dispiega in diversi ambiti quali l'informazione economica, l'assistenza tecnica alla creazione di imprese e **start up**, il supporto organizzativo e l'assistenza alle piccole e medie imprese per la preparazione ai mercati internazionali (escluse le azioni svolte all'estero), la valorizzazione del patrimonio culturale, lo sviluppo e la promozione del turismo, l'orientamento al **lavoro e alle professioni**, fino all'assistenza e al supporto alle imprese in regime di libera **concorrenza**.

Oltre alla diffusione di informazioni su queste attività, la Camera, così come le altre amministrazioni pubbliche, è chiamata anche a rispondere alle sollecitazioni da parte dei cittadini, non solo per effetto di una spinta normativa che ha imposto maggiore trasparenza, ma anche perché la collettività è sempre più alla ricerca di risposte rapide, chiare ed esaurienti utilizzando strumenti e mezzi diversificati che debbono essere presidiati in modo corretto.

Nel contesto, occorre privilegiare la realizzazione di interventi di comunicazione ritenuti prioritari e necessari, garantendo la continuità con quanto già avviato negli scorsi anni, seguendo le indicazioni contenute nella *Relazione Previsionale e Programmatica della Camera di Commercio di Bari* relativa all'anno 2018 (approvata dal Consiglio con Delibera n. 6/2017) e, comunque, entro i vincoli di bilancio imposti dal ridefinizione del diritto annuale.

Il piano per il 2018 è suddiviso in due sezioni, con lo scopo di riflettere sui nodi relativi alla gestione della comunicazione interna ed esterna, mettendo in evidenza le azioni da compiere tanto sul versante del potenziamento, quanto su quello del consolidamento. Per sua natura, il documento è dinamico, adattabile alla mutevolezza degli argomenti da trattare ed in grado di integrare la spinta propulsiva proveniente dai diversi soggetti coinvolti, tanto interni quanto esterni.

# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

B A R I

## Obiettivi

Obiettivi e azioni seguono tre direttive:

- promuovere la competitività e lo sviluppo sostenibile del sistema economico locale;
- favorire la crescita responsabile delle imprese e del territorio promuovendo strumenti di tutela del mercato a garanzia della concorrenza, trasparenza e fede pubblica;
- affermare e diffondere il ruolo della Camera di Bari quale Pubblica Amministrazione trasparente ed efficiente in grado di erogare servizi ad alto valore aggiunto.

Tali direttive strategiche, originate e concretizzate nella *Relazione Previsionale e Programmatica 2018* andranno quindi a svilupparsi nelle due funzioni sopra accennate: la prima “Comunicazione esterna” coinvolge i soggetti esterni alla Camera di Commercio, la seconda “Comunicazione interna” i soggetti interni.

### Obiettivi di comunicazione esterna

Per arrivare a rappresentare il *partner* pubblico di riferimento per il sistema imprenditoriale la Camera continuerà ad impegnarsi per presidiare e incrementare le relazioni bidirezionali con l'utenza esterna cercando una interazione con la stessa. Nel corso del 2017 ci si è concentrati, e si continuerà farlo anche questo anno, sull'ascolto delle discussioni che interessano la Camera di Commercio di Bari in rete. Per essere rete e fare rete con le imprese e gli altri *stakeholder* è necessario partire dalla conoscenza, quindi, dall'ascolto costante dei bisogni, in termini di informazioni utili al business, di progettualità comune, e condivisione di target e progetti. Le azioni da porre in essere, nel solco delle attività di comunicazione avviate negli anni precedenti, saranno chiamate ad:

- ascoltare l'utenza con individuazione-ascolto-monitoraggio dei bisogni conoscitivi e/o operativi per offrire assistenza quanto **più personalizzata**;
- essere presenti ed andare il più possibile incontro all'utenza (comunicazione-presenza) per aumentare la conoscenza e l'utilizzo dei servizi camerali;
- semplificare la trasparenza della Camera in linea con il D.Lgs. 33/2013 e le modifiche introdotte dal D.Lgs. 97/2016;
- Migliorare l'accessibilità del sito web secondo gli obiettivi annuali di accessibilità ai sensi del D.L. 179/2012.

### Obiettivi di comunicazione interna

La comunicazione interna intende diffondere e condividere i valori e la cultura dell'ente, al fine di creare un contesto più collaborativo, migliorando i processi di lavoro con un'attenzione particolare al clima interno ed al benessere organizzativo. Il *target* della Comunicazione interna è rappresentato dagli amministratori camerali e dai dipendenti, compresi quelle delle Aziende speciali.

### Stakeholder

Affinché ogni obiettivo possa essere declinato in azione concreta e ciascun utente sia efficacemente coinvolto, è importante individuare e segmentare i diversi interlocutori con i quali la Camera di Commercio si interfaccia quotidianamente.

I referenti con i quali la Camera interagisce quotidianamente si possono individuare nei seguenti gruppi:

# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

B A R I

- i professionisti (notai, commercialisti, ragionieri e consulenti del lavoro);
- le imprese (oltre 148mila aziende iscritte al Registro Imprese localizzate nel territorio di competenza che abbraccia la totalità della Città Metropolitana di Bari e gran parte della Provincia di Barletta-Andria-Trani);
- i consumatori (una popolazione di oltre un milione e 600mila residenti nel territorio di competenza);
- le associazioni di categoria;
- le istituzioni;
- i media in genere (stampa cartacea, quella radio-televisiva, le testate giornalistiche *on-line* e i sempre più numerosi *blog* tematici attivi sia su internet che sui *social media*);
- il personale e gli amministratori della Camera, delle Aziende speciali e delle partecipate a vario titolo presenti e future;
- altri soggetti al momento non individuabili quali *blogger*, *influencer*, ecc.

Rispetto agli *stakeholder* presenti e futuri, la Camera continuerà nella progressiva azione di individuazione e attenzione verso le cosiddette “comunità virtuali”, implementando e sviluppando le proprie pagine *social media* e attivando, se necessario, nuovi canali.

## Comunicazione esterna

Continuativa, coerente, coinvolgente e multimediale: queste le caratteristiche che dovrà avere la comunicazione 2018 della Camera di Commercio di Bari. Se continuità e coerenza sono rispettate ormai da diversi anni, le azioni per rendere le strategie comunicative più multimediali e coinvolgenti possibili sono invece soggette a continua evoluzione, al pari delle tecnologie necessarie per realizzarle.

Da qui la necessità di aggiornare e sensibilizzare il personale camerale su un ambito che richiede l'utilizzo di forme espressive diversificate, linguaggi moderni e adeguati alle nuove forme di comunicazione, senza trascurare la natura variegata dei destinatari e la diversificazione degli strumenti a disposizione per attingere e diffondere le informazioni.

L'utilizzo di *Internet* rappresenta, pertanto, una scelta strategica e obbligata dal momento che, grazie ai motori di ricerca, la rete lascia a ciascuno piena libertà nel cercare informazioni in base alle proprie esigenze. Ne deriva l'impegno per un maggiore presidio della rete in senso globale: dal sito *web* istituzionale e di quelli sussidiari all'Ente, fino ai siti dedicati a specifici eventi, senza tralasciare pagine e profili *social* e quotidiani *online*, con particolare attenzione ai contenuti trasmessi, al linguaggio appropriato e all'individuazione delle parole chiave, non fermandosi alla sola comunicazione testuale, ma diffondendo la notizia corredata da immagini, suoni, filmati e animazioni.

Per essere rete e fare rete con le imprese e con gli altri *stakeholder* bisogna anche continuare a coltivare la loro conoscenza. La *Customer satisfaction*, introdotta lo scorso anno tra gli strumenti di interazione con il proprio pubblico di riferimento, costituirà anche per il 2018 un canale di ascolto costante dei bisogni.

L'attività di monitoraggio della soddisfazione dell'utenza proseguirà, non solo per verificare nel dettaglio ciò che è stato fatto, ma, soprattutto, per rilevare bisogni emergenti, il subentro di nuovi *stakeholder*, il livello di conoscenza e soddisfazione delle azioni intraprese, il miglioramento della percezione del ruolo istituzionale e la rilevazione delle ricadute delle iniziative sul territorio. Gli

# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

## B A R I

strumenti operativi adottati e da adottare a corredo della rilevazione e con il coinvolgimento di tutti gli uffici camerali, saranno:

- ascolto sistematico in rete di discussioni riguardanti la Camera di Commercio e le sue specifiche competenze;
- rilevazione della divulgazione dei comunicati stampa lanciati;
- rilevazione quantitativa dei soggetti che seguono le informazioni offerte dalla Camera e l'interazione con gli stessi utilizzando le piattaforme *social* sulle quali siamo presenti e tutti gli altri strumenti disponibili;
- rilevazione sistematica del numero di partecipanti alle iniziative camerali e delle modalità con le quali ne sono venuti a conoscenza.

In sintesi e in considerazione anche della delimitazione delle competenze camerali - sancita sempre dal D.Lgs. 219/2016 e che prevede, in sintesi, la cancellazione di duplicazioni e sovrapposizioni di competenze già assegnate ad altri enti - le iniziative oggetto di attività di comunicazioni per l'anno 2018 potranno essere le seguenti:

### Trasparenza e Tutela della legalità

La trasparenza è intesa dalla Camera di Commercio di Bari come coinvolgimento del pubblico nelle attività dell'Ente, per garantire efficacia ed efficienza e chiarezza dell'informazione e delle azioni. Quindi non solo dati. Risponde a tale obiettivo la volontà della Camera di Commercio di Bari di rafforzare la consapevolezza del consumatore del diritto di essere tutelato. La trasparenza del mercato e la correttezza delle relazioni economiche rappresentano un ambito molto importante di crescita e di riorientamento del ruolo istituzionale della Camera di Commercio. Un mercato trasparente è precipuo interesse anche dell'impresa che vuole operare in modo corretto e che intende affermare la propria competitività proprio a partire da un rapporto leale con chi usufruisce dei suoi servizi e dei suoi prodotti.

Al fine di favorire questo rapporto l'Ente camerale, anche nel 2018, promuoverà e sarà parte attiva in occasioni di incontro e scambio di esperienze tra i diversi attori del mercato - comprese Forze di Polizia, Agenzia delle Dogane, Agenzia delle Entrate, ecc. - che consentiranno di condividere le regole di comportamento e di prevenire l'insorgere di conflitti che nuocerebbero a tutti, imprenditori, cittadini-utenti e Pubbliche Amministrazioni.

Verranno stipulati nuovi programmi e convenzioni sui temi della giustizia alternativa e delle crisi da sovraindebitamento, con aggiornamento di quelle già sottoscritte in passato con associazioni di categoria, ordini professionali e altri soggetti interessati.

### Sostegno alle Imprese

L'Ente camerale barese vuole continuare ad essere hub di riferimento per imprenditori e startup, offrendo un supporto personalizzato che integri servizi amministrativi e azioni di promozione approfondendo e ampliando la conoscenza del sistema economico attraverso la condivisione delle informazioni e il confronto con il mondo associativo e istituzionale. La valorizzazione della tradizione di vitalità imprenditoriale del territorio non può prescindere dal ruolo attivo della Camera di Commercio per agevolare il rafforzamento di nuovi modelli di cultura d'impresa compresa la linea di sviluppo dell'offerta artistico-storico-culturale della Terra di Bari e del distretto Ofantino, anche in vista delle opportunità offerte dall'evento "Matera 2019".

Le azioni previste per 2017 saranno orientate anche a mantenere salda la rete di relazione con il

# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

B A R I

Comitato Imprenditoria Femminile e sarà garantito il supporto sui temi legati alle questioni femminili nell'economia attraverso collaborazioni con altri organismi, associazioni operanti nel settore.

## Alternanza Scuola Lavoro

Nel 2018 sarà intensificata la specifica attività di promozione e valorizzazione del Registro per l'Alternanza Scuola Lavoro varato dalla L. 107/2015. A riguardo è prevista la stipula di specifici accordi con il Ministero dell'Università e della Ricerca (MIUR), il Ministero del Lavoro, con altri attori istituzionali e soggetti privati in grado di garantire il più ampio coinvolgimento del sistema imprenditoriale, delle scuole, del mondo *non profit* e dei professionisti. In tale ambito si realizzeranno specifiche iniziative di informazione e comunicazione (*roadshow*) a favore delle imprese e del mondo formativo.

Le azioni mireranno anche al rafforzamento delle reti territoriali per l'apprendimento permanente e all'attuazione del sistema nazionale di certificazione delle competenze, in particolare per quanto riguarda la verifica, individuazione e validazione di quelle di tipo tecnico-professionale e trasversali acquisite in contesti non formali e informali (apprendimento *on the job* tramite stage, tirocini, alternanza ecc.). In questa ottica si rivela imprescindibile assicurare continuità al sistema informativo Excelsior, per il quale è prevista un'evoluzione da indagine statistica e base informativa a supporto dell'orientamento e della formazione, soprattutto come strumento finalizzato a favorire le politiche attive del lavoro, attraverso la valorizzazione del patrimonio (dati, tecnologie, competenze) del sistema camerale.

Un focus specifico sarà destinato alla linea d'intervento delle CCIAA per aiutare chi intenda "mettersi in proprio" e supportare la progettazione e creazione di nuove imprese, implementando il sistema integrato a livello nazionale di punti e servizi nuova impresa ed altre iniziative per l'autoimpiego, con particolare riguardo per quelle legate alla diffusione e al consolidamento degli sportelli camerali per l'imprenditoria giovanile (in stretto collegamento con l'attuazione del progetto "Crescere imprenditori"). A tal riguardo, saranno curate e sviluppate specifiche partnership con scuole, università, centri per l'impiego e altri soggetti istituzionali attivi in materia (MIUR, Ministero del lavoro, Agenzia Nazionale Politiche Attive del Lavoro (ANPAL), Istituto per lo sviluppo della formazione professionale dei lavoratori (ISFOL), Italia Lavoro, Invitalia ecc.).

## Crescere Imprenditori

Anche nel 2018 proseguiranno le iniziative di sensibilizzazione e gli interventi sul territorio legati al progetto gestito a livello nazionale da Ministero del Lavoro e Unioncamere. "Crescere Imprenditori", iniziativa finanziata dal Ministero del lavoro a valere su risorse del PON IOG (Iniziativa Occupazione Giovani), prevede la realizzazione di percorsi specialistici di formazione e accompagnamento all'avvio d'impresa per giovani NEET, ragazzi tra i 18 e i 29 anni non impegnati in lavoro studio o formazione, che intendono avviare un'attività nell'ambito del programma "Garanzia Giovani. Tali attività si concretizzeranno nella redazione del piano d'impresa e saranno propedeutiche all'eventuale successivo accesso allo strumento di credito agevolato "Fondo SELFIEmployment" gestito da Invitalia.

Unioncamere, attraverso le Camere di Commercio a livello locale, partecipa alla realizzazione del progetto mettendo a disposizione, a titolo di cofinanziamento, l'utilizzo del kit di strumenti per l'imprenditorialità e i propri canali di comunicazione web e social, con particolare riguardo al portale e agli altri strumenti FILO (compresa la collegata piattaforma di *storytelling* We4Italy).

# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

B A R I

## Eccellenze in Digitale-Industria 4.0

Partendo dall'esperienza positiva del progetto "Eccellenze in digitale", promosso da Unioncamere in *partnership* con Google, continueranno ad essere implementate le iniziative di informazione, formazione e assistenza alle PMI sui vantaggi in termini di produttività e competitività legati alla *internet economy* e all'Industria 4.0.

Unioncamere, attraverso il terminale operativo sul territorio costituito dalle Camere di Commercio, continuerà a promuovere iniziative a sostegno della diffusione della cultura digitale attraverso la valorizzazione delle varie esperienze maturate dal sistema camerale per lo sviluppo delle competenze digitali presso le imprese (Eccellenze in Digitale e ARS Digitalia) e i giovani (Crescere in digitale), così da contribuire a ridefinire e a promuovere la *mission* e l'immagine degli Enti camerali attraverso nuove modalità nell'offerta di servizi.

## Newco "Nuova Fiera del Levante Srl"

Nonostante una forte campagna politico-mediatica avversa, la nascita di "Nuova Fiera del Levante Srl", in *partnership* con Bologna Fiere, ha confermato la forte vocazione al territorio e, contemporaneamente, all'innovazione della Camera di Commercio di Bari. Una vocazione storicamente affermatasi in centocinquanta anni di storia e confermata per l'occasione dalla consapevolezza di non essere quella che all'esterno è sembrata proporsi come l'ultima carta del mazzo, bensì il jolly. La nuova *governance* della Fiera del Levante di Bari vuole essere e sarà l'asset decisivo di una nuova strategia di *marketing* territoriale per l'intero sistema economico-produttivo regionale.

Comunicare questa progettualità a tutti i livelli e in tutti i contesti sarà una priorità della informazione istituzionale dell'Ente nel 2018 e negli anni a seguire: la Camera di Commercio di Bari è conscia che una maggiore riconoscibilità del *brand* territoriale richiede azioni integrate di promozione dell'intero sistema che siano in grado di evidenziarne all'esterno specificità e punti di forza. Ecco perché accanto alla promozione dell'offerta delle eccellenze locali - territorio, ospitalità, accoglienza, arte e cultura - la *Newco* proporrà un polo fieristico-congressuale all'avanguardia capace di intercettare e influenzare un pubblico di espositori e partecipanti sempre più vasto ed esteso a livello internazionale. In questo progetto irrinunciabile sarà l'apporto delle Associazioni imprenditoriali e degli Enti locali per la realizzazione e la valorizzazione di eventi o iniziative che possano avere ricadute importanti sui sistemi turistico e produttivo locali, attivando veri e propri processi di rigenerazione economica del territorio.

## **Comunicazione interna**

L'obiettivo che la Camera perseguirà nel 2018 sarà quello di ottimizzare la comunicazione all'interno dell'amministrazione per:

- facilitare e migliorare la circolazione delle informazioni, sia *bottom-up* che *top-down* (in verticale in entrambi i sensi) al fine di diffondere la conoscenza reciproca delle attività e favorire la condivisione e la compartecipazione aumentando l'efficacia e l'efficienza gestionale;
- migliorare ed aumentare il senso di appartenenza dei dipendenti e degli amministratori.

Gli strumenti principe della comunicazione e della condivisione interna saranno la *intranet*, la piattaforma di protocollazione procedimentalizzazione digitale Gedoc, ma anche pagine e profili *social* attivati o attivabili dall'Ente.



# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

B A R I

Nella sezione intranet sono disponibili e saranno implementate le sezioni riguardanti i diversi Servizi e il personale (documenti, modulistica, gestione del personale, associazione mutualistica), nonché l'area dedicata al servizio di rassegna stampa locale e nazionale.

Scopo della comunicazione interna deve essere quello di diffondere e condividere i valori e la cultura dell'Ente e creare un contesto più collaborativo, migliorando, al contempo, i processi di lavoro e incidendo positivamente sul benessere organizzativo percepito e reale dei dipendenti e sul senso di appartenenza degli amministratori.

Per quanto riguarda il personale, in particolare, sarà importante eliminare o ridurre al minimo il *digital-divide* interno investendo sulla motivazione e rafforzando i legami tra dipendenti ed Ente. Affinché tutti gli uffici possano lavorare al meglio insieme, è necessario infatti che i diversi componenti parlino un linguaggio comune; abbiano cioè una base di conoscenze condivise. Da sviluppare attraverso relazioni orizzontali e il lavoro di gruppo. Tale processo, anche in vista della definitiva entrata a regime della riforma varata con il D.Lgs. 97/2016, servirà ad affermare ulteriormente (anche in chiave di anticorruzione) l'immagine di dignità e valore parallelamente alla crescita dell'autostima di tutti gli addetti e del loro orgoglio professionale.

## Strumenti

### Sito e servizi internet

Il sito camerale [www.ba.camcom.it](http://www.ba.camcom.it), che già assicura elevati standard di dinamicità e flessibilità, si conferma quale principale canale di comunicazione dell'Ente verso l'esterno. Sotto il profilo prettamente operativo, tutti gli Uffici 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.

Nel 2018, in particolare, si procederà ad una nuova riorganizzazione delle sezioni del sito così come previsto dal D.lgs. 33/2013 nell'intento di migliorare la posizione nella classifica della "Bussola della Trasparenza", il sistema telematico voluto dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri a supporto della trasparenza dei siti web della Pubblica Amministrazione.

### Social media e rapporti con la stampa

In un'ottica di comunicazione integrata, andranno diffusi, come si è iniziato a fare nel corso del 2017, tramite *social media*, in particolare sulla pagina Facebook della Camera di Commercio di Bari, tutti i contenuti di maggiore interesse pubblicati sul sito.

### Conferenze stampa ed eventi

In considerazione del ragguardevole numero di manifestazioni, convegni, giornate di studio, seminari informativi e conferenze stampa organizzate e/o ospitate dall'Ente, anche in collaborazione con altri soggetti e partner sia istituzionali che privati, si prevede una più stretta collaborazione tra Uffici interni coinvolti e con Uffici stampa di altri enti o soggetti terzi, al fine di assicurare ai servizi informativi connessi con tali manifestazioni carattere di completezza, sistematicità e coordinamento.

Per iniziative di particolare rilevanza sarà valutata l'opportunità di organizzare conferenze stampa o conferenze-spettacolo al fine di dare un'informazione più articolata dell'evento. Accanto alle

# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

B A R I

tradizionali conferenze stampa potranno essere organizzati degli incontri stampa o delle interviste concordate con le singole testate sempre in accordo con la Presidenza e la Segreteria Generale. Inoltre, per comunicare all'opinione pubblica con trasparenza e correttezza tutte le principali novità relative a progetti, servizi e procedure dell'Ente, verranno promosse e realizzate le attività di informazione attraverso comunicati stampa diretti principalmente ai media (agenzie di stampa, quotidiani e periodici) e saranno predisposti mediante una stesura tempestiva e chiara nei contenuti.

## Biblioteca camerale

Nel corso del 2018 andrà rilanciata l'immagine delle Biblioteca camerale dopo il processo di riammodernamento e riqualificazione avviato nel 2015 con la riorganizzazione del patrimonio librario e 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. Nel 2018, 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.

Al di là dei risvolti amministrativi, la rinascita della Biblioteca camerale rimane un punto fondante del Piano di comunicazione: 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 dei propri *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 divulgazione tramite *social* in un'ottica di trasparenza e accessibilità.

## 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.

## Call center

L'utenza dei servizi del Registro Imprese dispone di un servizio di *call center*, che garantisce un servizio di assistenza telefonica di livello informativo e specialistico attraverso un sistema di risposta attivo dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 13.00 e dalle 14.00 alle 18.00.

# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

## B A R I

---

### Bacheche ed espositori

Al piano terra, anche in concomitanza con l'evoluzione del Salone dei servizi in Sala eventi, verranno collocati espositori mobili (totem e paline) di nuova concezione dove verranno affissi tutti gli avvisi e le informazioni al pubblico di carattere temporaneo così da informare ed orientare l'utenza in maniera tempestiva.

In occasione di eventi speciali, potrà essere considerata l'opportunità di predisporre striscioni promozionali da appendere all'esterno del palazzo dell'Ente.

### **Feedback**

Nell'ottica di assicurare sempre maggiore trasparenza al proprio agire amministrativo, la Camera di Commercio di Bari ha predisposto, sin dallo scorso anno, un'indagine sulla *Customer Satisfaction* rivolta a cittadini e imprese che analizzerà tutte le funzionalità e i procedimenti forniti e/o attivabili presso i propri Uffici attraverso le opinioni e le percezioni dell'utenza.

Lo scopo è di trasformare le risultanze della rilevazione in miglioramenti utili al proprio pubblico di riferimento reinterpretando la trasparenza, non come una vetrina, bensì come *screening* analitico e propositivo.

Il questionario, disponibile in versione telematica sul sito istituzionale [www.ba.camcom.it](http://www.ba.camcom.it) si compone di nove sezioni e contiene domande dedicate per tipologia di utenza e servizio e dettagliate per costi, qualità dell'informazione e grado di soddisfazione.

La Camera di Commercio di Bari si impegna ad analizzare le informazioni registrate al fine di declinare modifiche o integrazioni nelle modalità di erogazione, nella tempistica e nella qualità dei propri servizi, compatibilmente con normative e procedure, ma nel rispetto delle esigenze e delle aspettative dell'utenza.