

Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

B A R I

DELIBERAZIONE N. 9 DEL 22.02.2019

OGGETTO: Piano di Comunicazione della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Bari – Anno 2019.

Il Presidente, in merito all'argomento posto in trattazione, richiama 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.

La comunicazione, prosegue 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 territoriale, attraverso il nuovo Piano, precisa il Presidente, 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.

Il Piano di Comunicazione 2019 della Camera di Commercio di Bari dovrà prevedere con assoluta priorità la comunicazione più efficace e capillare di progetti e iniziative strategici quali quelli connessi a:

- digitalizzazione delle imprese e diffusione della cultura digitale (PID);
- qualificazione e ottimizzazione di infrastrutture logistico-operative a livello locale ed internazionale (INTERREG, MAAB);
- promozione del territorio e delle sue eccellenze (collaborazioni con Enti pubblici e Associazioni di categoria in chiave turistica e di valorizzazione dei beni culturali);
- recepimento da parte dei pubblici amministratori di istanze e aspettative della locale comunità degli stakeholder in modalità propedeutica alla fase decisoria sulle politiche di intervento (SISPRINT);
- definizione della mission della nuova Azienda speciale BariSviluppo nell'ambito del contesto economico-amministrativo locale e regionale;
- tutela della fede pubblica con diffusione della conoscenza di forme di giustizia alternativa e di gestione delle fasi critiche della vita aziendale.

Al termine della relazione il Presidente invita l'Organo collegiale ad esprimersi per l'approvazione del suddetto Piano di Comunicazione predisposto dalla competente struttura.



Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

BARI

LA GIUNTA

- Sentita la relazione del Presidente;
- Vista la Legge n. 580/1993 e s.m.i.;
- Visto l'art. 11 della Legge n. 150 del 07.06.2000 e s.m.i.;
- Visto il vigente Statuto della Camera di Commercio di Bari;
- Vista la Deliberazione del Consiglio camerale n. 4 del 30.11.2018 con la quale è stata approvata la Relazione Previsionale e Programmatica anno 2019;
- Considerato che la comunicazione rappresenta lo strumento fondamentale per promuovere ed 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;
- Rilevato che le attività contenute nel Piano di Comunicazione 2019 intendono seguire, più nello specifico, progetti ed iniziative strategici quali: digitalizzazione delle imprese e diffusione della cultura digitale (PID), qualificazione ed ottimizzazione di infrastrutture logistico-operative a livello locale ed internazionale (INTERREG, MAAB), promozione del territorio e delle sue eccellenze, recepimento da parte dei pubblici amministratori di istanze e aspettative della locale comunità degli stakeholder in modalità propedeutica alla fase decisoria sulle politiche di intervento (SISPRINT), definizione della mission della nuova Azienda speciale BariSviluppo nell'ambito del contesto economico-amministrativo locale e regionale, tutela della fede pubblica con diffusione della conoscenza di forme di giustizia alternativa e di gestione delle fasi critiche della vita aziendale;
- Considerato che le attività contenute nel Piano di Comunicazione 2019 declinano le direttive di promozione della competitività e dello sviluppo sostenibile del sistema economico locale, della crescita responsabile delle imprese e del territorio promuovendo strumenti di tutela del mercato a garanzia della concorrenza, trasparenza e fede pubblica, mirando ad affermare e diffondere il ruolo della Camera di Commercio di Bari quale Pubblica Amministrazione trasparente ed efficiente in grado di erogare servizi ad alto valore aggiunto;
- Letto il Piano di Comunicazione predisposto dalla struttura per l'anno 2019 ed allegato al presente provvedimento;
- 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 relativa all'anno 2019;
- Visto il parere favorevole del Segretario Generale in merito alla legittimità del provvedimento;
- A voti unanimi espressi ai sensi di legge



Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura BARI

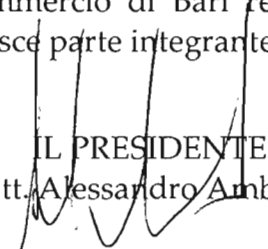
DELIBERA

Per le motivazioni espresse in narrativa e qui da intendersi integralmente riportate, di approvare il Piano della Comunicazione della Camera di Commercio di Bari relativo all'anno 2019 che si allega alla presente deliberazione e ne costituisce parte integrante.

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dott.ssa Angela Patrizia Partipilo)



IL PRESIDENTE
(Dott. Alessandro Ambrosi)



Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

BARI

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

- ANNO 2019 -

Premessa

Con il D.Lgs. 219/2016 è stato confermato il ruolo delle Camere come autonomie funzionali con il compito di svolgere funzioni generali per le imprese e curare lo sviluppo delle economie locali. La riforma ha però ridisegnato *mission* e funzioni sulle quali è ancora in corso un lavoro di affinamento su ambiti di azione innovativi quali digitalizzazione, cultura e turismo, internazionalizzazione.

Centrale, nell'ambito della funzione chiave della digitalizzazione, sarà la piena operatività che avranno nel 2019 i Punti Impresa Digitale (PID) creati dalle Camere di commercio per la diffusione della cultura e della pratica digitale nelle MPMI di tutti i settori. I PID sono e continueranno ad essere il primo livello di contatto con le imprese per servizi di informazione, formazione, orientamento e assistenza per acquisire le competenze necessarie per il passaggio al digitale in attuazione del Piano Nazionale Industria 4.0.

Sul turismo e sulla cultura, le Camere di commercio sono impegnate a valorizzare le diverse attività del sistema produttivo culturale e creativo: dalla manifattura legata ai saperi dei territori fino al design e alle arti visive. Anche in considerazione della rivisitazione delle funzioni e dei compiti voluta dalla riforma, il sistema camerale promuoverà la costituzione di punti di contatto con le imprese al fine di favorirne il raccordo con le attività di promozione dei beni culturali e del turismo a livello locale (anche realizzate da altri enti o pubbliche amministrazioni), facilitando altresì l'integrazione tra gli strumenti della programmazione territoriale, la gestione degli attrattori culturali e turistici e le filiere del *Made in Italy*.

Sul tema dell'internazionalizzazione, le singole Camere di Commercio sono impegnate a raggiungere e preparare per l'Estero quelle tantissime aziende italiane che hanno tutti i numeri per esportare, ma hanno bisogno, sempre più, di soggetti in grado di assisterle a muovere i primi passi in ambiti e territori diversi.

Oltre alla diffusione di informazioni su queste attività, la Camera è chiamata anche a rispondere alle sollecitazioni da parte dei cittadini, fornendo risposte rapide, chiare ed esaurienti utilizzando strumenti e mezzi diversificati che devono essere presidiati in modo corretto.

Il piano 2019 riprende la suddivisione classica 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 sempre 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.

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 implementandosi tradizionalmente con due ordini di funzioni:

- una strettamente amministrativa che comprende la pubblicità legale attraverso il Registro imprese, il fascicolo informatico di impresa, il punto unico di accesso telematico per le

Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

BARI

imprese, la tutela del consumatore, la vigilanza e il controllo, la rilevazione dei prezzi e delle tariffe, gli adempimenti in materia ambientale;

- l'altra, come accennato, 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, 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 2019 (approvata dal Consiglio con Delibera n. 4/2018).

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 2019* 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. 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 soprattutto nella sempre più diffusa ottica "digitale". 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;

Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

BARI

- migliorare contenuti, accessibilità e fruibilità del sito web e della presenza sulle piattaforme *social*.

Obiettivi di comunicazione interna

La comunicazione interna intende continuare a 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 BariSviluppo e Samer.

Stakeholder

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

- professionisti (notai, commercialisti, ragionieri e consulenti del lavoro);
- 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);
- consumatori (una popolazione di oltre un milione e 600mila residenti nel territorio di competenza);
- associazioni di categoria;
- istituzioni;
- 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*);
- personale e amministratori dell'Ente, delle Aziende speciali e delle partecipate a vario titolo presenti e future;
- altri soggetti quali *blogger, influencer, ecc.*

Nei confronti di questa vasta platea di *stakeholder*, la Camera continuerà nella progressiva azione di individuazione e rilevazione dei bisogni informativi, implementando e sviluppando le proprie pagine *social* e attivando, se necessario, nuovi canali.

Comunicazione esterna

Sicuramente più *smart*: la comunicazione 2019 della Camera di Commercio di Bari sarà immediata, diretta, efficace, ma anche gradevole e, ovviamente, accurata. Linguaggi e azioni per rendere le strategie comunicative più multimediali e coinvolgenti sono in continua evoluzione al pari delle tecnologie necessarie per realizzarle: la comunicazione dell'Ente camerale barese dovrà stare al passo e migliorarsi quotidianamente.

Internet e, ancor più, i *social media* rappresentano una scelta strategica e obbligata dal momento che, grazie a motori di ricerca e algoritmi, rete e piattaforme lasciano 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, ovviamente, pagine e profili *social* e quotidiani *online*, con particolare rinnovata 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, filmati, animazioni e infografica.

Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

BARI

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 nel 2017 tra gli strumenti di interazione con il proprio pubblico di riferimento e curata dal Responsabile della Prevenzione della Corruzione e della Trasparenza, costituirà anche per il 2019 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 strumenti operativi adottati e da adottare a corredo della rilevazione e con il coinvolgimento di tutti gli uffici camerali, saranno:

- ascolto sistematico in incontri dedicati a discussioni riguardanti l'Ente 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* e tutti gli altri strumenti disponibili;
- rilevazione 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 - le iniziative oggetto di attività di comunicazioni per l'anno 2019 verteranno su:

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. 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.

La diffusione della conoscenza di forme di giustizia alternativa e di gestione delle fasi critiche della vita aziendale, quali ad esempio le crisi da sovraindebitamento, con aggiornamento e progettazione di convenzioni e iniziative in tandem con associazioni di categoria, ordini professionali e altri soggetti interessati.

Alternanza Scuola Lavoro

Nel 2019 sarà intensificata la specifica attività di promozione e valorizzazione del Registro per l'Alternanza Scuola Lavoro varato dalla L. 107/2015. A riguardo è previsto il perfezionamento 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

Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

BARI

sistema imprenditoriale, delle scuole, del mondo *non profit* e dei professionisti.

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.).

PID - Punto Impresa Digitale

Un articolato programma di servizi gratuiti fra cui un "Experience Center", uno spazio dimostrativo delle tante possibilità di innovazione a disposizione delle aziende; un Premio Innovazione e un "Career Day 4.0" sui temi dell'innovazione. Sono alcune delle attività del Programma 2019 del Punto Impresa Digitale della Camera di Commercio di Bari, che fa parte del network nazionale voluto dal ministero dello Sviluppo Economico per la promozione dell'innovazione e della digitalizzazione tra le MPMI, così come previsto dal Piano Nazionale Impresa 4.0.

Per il prossimo anno, in linea con la *mission* propria della Camera di Commercio, di Casa delle imprese, il PID di Bari ha messo a punto un ricco programma di attività per la diffusione della cultura e della pratica del digitale tra le MPMI di tutti i settori economici.

Il PID è un luogo fisico, allestito all'interno della Camera di Commercio, in cui vengono ideate ed organizzate tutte le attività e svolti gli incontri B2B con imprenditori del territorio, partner e istituzioni.

Fra le novità di quest'anno c'è l'Experience center dove le aziende possono visualizzare e testare le possibilità di innovazione che meglio si adattano alla propria realtà: illustrazione, spiegazione, dimostrazione, applicazione di tecnologie come stampanti e scanner 3D, visori di realtà virtuale, realtà aumentata e realtà mista, droni professionali e di sensoristica, applicazione dei principi della robotica all'interno dei propri processi di produzione. L'Experience center sarà anche una *execution-area* dove tutti i soggetti economici che decideranno di aderire potranno essere accompagnati, e assistiti, nella scelta delle soluzioni migliori per le loro idee imprenditoriali.

Il "Premio Innovazione" è un'iniziativa rivolta a studenti iscritti a qualsiasi corso di studio (Università degli studi di Bari "A. Moro" o Politecnico di Bari), micro, piccole e medie imprese e Start-up innovative con sede legale e/o operativa nella circoscrizione territoriale della CCIAA di Bari, che vuole stimolare la creazione di processi innovativi con ripercussioni positive sull'economia, sull'occupazione e sulla crescita sociale e culturale del territorio, e premiare le innovazioni (di prodotto, servizio o processo) progettate e/o realizzate attraverso l'utilizzo di tecnologie di Impresa 4.0.

Il "Career Day 4.0" sarà dedicato all'incontro fra domanda e offerta di lavoro in ambito 4.0 e alla diffusione di nuove competenze, in collaborazione con realtà locali, nazionali ed internazionali del mondo ICT, agenzie del lavoro, associazioni di categoria e rappresentanti del mondo formativo del territorio.

SISPRINT

Nel quadro del Programma Operativo Nazionale supervisionato dall'Autorità di Gestione del PON Governance e Capacità Istituzionale 2014-2020, l'Agenzia per la Coesione Territoriale e l'Unione Italiana delle Camere di Commercio hanno avviato il progetto SISPRINT - Sistema Integrato di Supporto alla Progettazione degli Interventi Territoriali.

L'intervento, cominciato lo scorso anno, si propone anche per il 2019 di rafforzare la capacità di risposta delle Amministrazioni titolari della programmazione alle esigenze puntuali delle imprese e

dei territori, rendendo disponibile una strumentazione in grado di qualificare la progettualità per lo sviluppo e sostenere la competitività, attraverso il supporto agli attuatori responsabili delle singole azioni.

Questa strumentazione è basata sul patrimonio di dati del Registro Imprese delle Camere di Commercio e di altre fonti camerali da integrare con banche dati statistiche e informazioni di cui dispone l'Agenzia per la Coesione Territoriale. Per rafforzare la capacità di lettura e interpretazione dei dati da parte dei soggetti attuatori degli interventi si prevede anche lo sviluppo di modalità interattive di consultazione per ambiti di *policy* specifici.

Il progetto è basato sull'attivazione di una rete fisica e virtuale di ventuno "antenne territoriali", in collaborazione con altrettante Camere di Commercio, con funzioni di ascolto, monitoraggio e comunicazione delle esigenze delle imprese al fine di rendere più efficace l'utilizzo degli strumenti messi loro a disposizione dalle Pubbliche Amministrazioni.

La Camera di Commercio di Bari, referente del Progetto per la Puglia, ha già proposto il report 2018 relativo a vari aspetti dello sviluppo regionale (contesto socio-economico, dinamiche strutturali delle imprese con dettagli settoriali, mercato del lavoro, internazionalizzazione e accesso al credito), elaborato in modo da consentire una lettura e un'interpretazione il più possibile immediate del contesto anche attraverso l'utilizzo di rappresentazioni infografiche.

Nel 2019 sono in programma la presentazione del secondo report e il rilascio ad amministrazioni ed enti interessati del cruscotto informativo interattivo che andranno ad aggiungersi a momenti di ascolto e confronto con il coinvolgimento di imprese, soggetti responsabili dell'attuazione e altri *stakeholder* della programmazione.

Comunicazione interna

L'obiettivo che la Camera perseguirà nel 2019 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 la nuova piattaforma per la mailing istituzionale, oltre che pagine e profili *social* attivati o attivabili dall'Ente. 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 proseguire nell'azione di riduzione del *digital-divide* interno investendo sulla motivazione e rafforzando i legami tra i dipendenti e l'Ente. Affinché tutti gli uffici possano lavorare al meglio insieme, anche in un'ottica di prevenzione della corruzione, è necessario infatti che i diversi componenti parlino un linguaggio comune; abbiano cioè una base di conoscenze condivise da sviluppare attraverso relazioni orizzontali e di lavoro di gruppo.

Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

BARI

Strumenti

Sito e servizi internet

Il sito camerale 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 2019, in particolare, si cercherà di ottimizzare la fruibilità del sito anche 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 già avvenuto nell'ultimo biennio, tramite *social media* - in particolare sulle pagine Facebook della Camera di Commercio e su quelle dei progetti attivati al suo interno - tutti i contenuti di maggiore interesse con un approccio da *istant news* e rimandi al sito camerale.

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 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.

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.