



Relazione sulla Performance 2012

SOMMARIO

PRESENTAZIONE DELLA RELAZIONE

SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI STAKEHOLDERS

CONTESTO ESTERNO

> LE IMPRESE DI TERRA DI BARI NELL'ANNO 2012

> LA PUGLIA E BARI-BAT

> GLI STAKEHOLDERS

L'AMMINISTRAZIONE

> CHI SIAMO

> COSA FACCIAMO

> COME OPERIAMO

> L'AMMINISTRAZIONE IN CIFRE

> CONTESTO INTERNO

LE CRITICITÀ ED OPPORTUNITÀ

OBIETTIVI STRATEGICI ED OBIETTIVI OPERATIVI 2011 – 2013.

ALBERO DELLA PERFORMANCE

RISULTATI RAGGIUNTI 2012

- > 1. RAFFORZARE LA GOVERNANCE ISTITUZIONALE E POLITICA SUL TERRITORIO LOCALE;
- > 2. Favorire la qualità dei servizi e l'innovazione organizzativa;
- > 3. POTENZIARE I SERVIZI AMMINISTRATIVI E ANAGRAFICI;
- > 4. SOSTENERE LA COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE;
- > 5. ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA

OBIETTIVI INDIVIDUALI

RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITÀ

IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE

> FASI, SOGGETTI, TEMPI E RESPONSABILITÀ

> PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA

PARI OPPORTUNITÀ

LA TRASPARENZA

PRESENTAZIONE DELLA RELAZIONE

La Camera di Commercio di Bari, quale istituzione pubblica dotata di autonoma funzionale coinvolta nell'attuale processo di riforma della Pubblica Amministrazione, ha adottato il Piano della performance tra i propri documenti di programmazione.

Il Piano della performance è lo strumento attraverso il quale sono avviate le fasi del Ciclo di gestione della performance, consistente nell'insieme delle attività volte a garantire l'indirizzo, il coordinamento ed il controllo dell'operato dell'Ente camerale. La Camera di Commercio di Bari fin dal 2011 ha adottato un documento programmatico triennale per il periodo 2011-2013, in relazione agli obiettivi che intendeva realizzare, impegnandosi a misurare, valutare e rendicontare la performance realizzata. Tale documento è lo strumento per:

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

Come richiesto dal Decreto legislativo n. 150 del 2009, il Piano della performance della Camera di commercio di Bari 2012 è stato redatto in modo tale da garantire "la qualità, la comprensibilità e l'attendibilità dei documenti di rappresentazione della performance". In particolare ciò significa assicurare:

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

Attraverso tale relazione la Camera di Commercio di Bari intende rendere conto dei risultati raggiunti rispetto agli obiettivi che si è data, oltre gli strumenti tradizionali di accountability, garantendo trasparenza e intelligibilità ai suoi interlocutori: le imprese, le associazioni, le altre istituzioni pubbliche, i consumatori, i lavoratori dipendenti, i singoli cittadini e tutti i portatori di interesse rilevanti.

Il Piano della performance segue la logica di un approccio graduale e progressivo al Ciclo di gestione della performance da parte dell'Ente camerale con la ridefinizione delle logiche organizzative e gestionali, a tutt'oggi in atto, attraverso l'introduzione di nuovi strumenti di cui l'Ente sta provvedendo a dotarsi.

Questa Relazione costituisce un ulteriore tassello dell'Ente camerale nel perseguimento di un'azione sempre più condivisa, partecipata, efficace, efficiente, che pur nella razionalizzazione della propria spesa ha posto sempre al primo posto gli interessi generali delle imprese.

IL PRESIDENTE

Alessandro Ambrosi

SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI STAKEHOLDER

CONTESTO ESTERNO

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

Non mancano elementi interessanti di dinamismo ed allo stesso tempo di difficoltà.

Gli andamenti recenti mostrano una dinamica, tra il 2008 e il 2010, di forte crescita delle imprese in perdita nel 2009 a cui fa seguito il parziale recupero nel 2010. Anche l'indagine MET conferma il forte rilievo (e aumento) delle imprese che hanno registrato un forte calo del fatturato (Brancati - Giornata di studio sull'economia provinciale fra crisi e opportunità – ottobre 2012).

Molti comportamenti delle imprese sono mutati negli ultimi anni: le strategie e gli sforzi di conquista di mercati all'estero sono divenuti sempre più accentuati; la convinzione che Ricerca e Innovazione siano fondamentali per competere in mercati aperti è ormai diffusa e patrimonio comune, persino delle imprese di dimensione ridotta; ma, all'estremo opposto, si registra anche l'allargamento della fascia di produttori che preferisce mantenere al livello minimo possibile le attività e contenere i rischi, in attesa che ci possa essere una ripresa della congiuntura. Si tratta di fenomeni che convivono e si distribuiscono in modo non uniforme tra i territori e tra i settori.

Sia con riferimento ai dati di bilancio che agli andamenti dichiarati e alle prospettive future, le aziende attive in Ricerca e Sviluppo (R&S) a inizio periodo hanno registrato condizioni economiche e prospettive di mercato significativamente migliori delle altre.

I tre fattori chiave per il dinamismo, fortemente interconnessi tra loro, si confermano essere l'Innovazione, la Ricerca e l'Internazionalizzazione; nonostante lo stretto legame tra le tre grandezze citate, nella crisi si sono registrati andamenti aggregati differenziati.

Tra il 2008 e il 2011, infatti, si è avuto un forte calo degli Investimenti e dell'introduzione di Innovazioni di prodotto. Il fenomeno pare comprensibile in presenza di una contrazione della domanda. Per quanto riguarda la R&S, viceversa, dopo un calo del 2009 rispetto all'anno

precedente, si ha una reazione apprezzabile nel 2011, per tutte le classi dimensionali al di sopra dei 10 addetti.

Le micro e piccolissime unità proseguono nel trend di fuoriuscita dagli investimenti in Ricerca, realizzati prevalentemente attraverso collaborazioni con soggetti esterni. Viceversa la reazione (persino con aumenti apprezzabili tra 2009 e 2011) è registrabile nella fascia di imprese al di sopra dei 10 addetti (con qualche problema in più per le grandi al di sopra dei 250 addetti).

L'internazionalizzazione è in accelerazione per tutte le imprese comprese tra i 10 e i 250 addetti. Per le microimprese si assiste al ripiegamento generale dopo un timido tentativo di affacciarsi sui mercati globali (2009), mentre per le imprese maggiori (comunque più internazionalizzate) si ha un sostanziale assestamento della strategia. In generale, la scelta di operare sui mercati internazionali appare relativamente più stabile rispetto a quanto emerso nel campo dell'Innovazione e della Ricerca, confermando come questa sia ormai l'opzione strategica fondamentale per le imprese con prospettive di crescita (ovvero, le imprese con possibilità di presenza internazionale, per capacità o per tipologia di prodotto, sono quelle maggiormente in grado di avere buone prospettive).

Le reti locali (altra chiave del dinamismo) hanno rilievo per un numero molto elevato di soggetti (tra 1/4 e 1/3 delle imprese totali); prevalgono i rapporti stabili di acquisto/vendita, piuttosto che le relazioni più sofisticate di cooperazione. Si registra, inoltre, un'influenza apprezzabile delle reti su prestazioni e crescita (nel 2009 anche sui livelli di occupazione).

Esistono fenomeni diffusi di appartenenza a reti lunghe già a partire da dimensioni relativamente piccole. Sulle grandi dimensioni sono ampie le differenze con una forte diffusione delle reti su scala internazionale.

Se il campo si restringe alle filiere (relazioni stabili funzionali alla realizzazione di un prodotto specifico e specializzato) il numero di imprese misurato cala sensibilmente e coinvolge circa il 13% delle aziende italiane (con il 22% dell'occupazione).

Le tre filiere con maggiore diffusione sono quelle dell'Agroalimentare, del Sistema dell'abbigliamento e moda e della Meccanica. Escludendo l'Agroalimentare (di grande interesse e peso, ma molto particolare e differenziato a seconda del prodotto considerato), si registra per il Sistema abbigliamento una prevalenza di prodotti finali al Centro-Nord e di semilavorati nelle regioni Convergenza (Campania, Calabria, Sicilia e Puglia), situazione inversa per la Meccanica. L'internazionalizzazione delle filiere rispecchia i valori attesi con forte differenza tra le regioni Convergenza e le altre.

L'aspetto di maggior rilievo sembra essere il modo in cui si è presenti nelle filiere: il Sistema della meccanica nel Centro-Nord segnala una partecipazione alla filiera che possiamo definire strategica per il 60% del totale delle imprese coinvolte (concorre, comunque, al disegno del prodotto finale), mentre nelle aree convergenza i valori sono pari a circa il 20%.

Quindi, togliendo l'Agroalimentare, che ha caratteristiche e forza relativamente simile nelle due aree, le filiere meridionali sono molto meno diffuse, con una internazionalizzazione minore, e risultano molto deboli sul piano strategico.

Le imprese in filiera, anche quelle prive di un ruolo strategico, sembrano relativamente più innovative e internazionalizzate della media del sistema.

Accanto agli aspetti più direttamente legati alla struttura produttiva e ai mercati, assumono un rilievo crescente i fenomeni connessi alla struttura finanziaria e alle sensibili variazioni intervenute.

Dallo studio dei bilanci si evince un calo generalizzato del rapporto tra debiti e patrimonio netto tra il 2008 e il 2010: la riduzione dell'indebitamento è stata marcata per le imprese più indebitate, mentre per le meno indebitate si è visto, addirittura, un incremento del debito. L'andamento complessivo, quindi, è dovuto a due dinamiche inverse: una forte contrazione del livello dei debiti per le società con maggiore indebitamento iniziale e, al contrario, una crescita del debito per le aziende meno esposte.

La contrazione del debito bancario, ovviamente, può essere legata a una restrizione nell'offerta delle banche, o a una ridotta domanda delle imprese. Il rapporto debiti su fatturato (quest'ultima da considerare come variabile che approssima le esigenze di circolante) tra il 2008 e il 2010 è apprezzabilmente accresciuto non segnalando, quindi, particolari criticità dovute al cosiddetto credit crunch. Allo stesso modo il vincolo finanziario dichiarato dalle imprese come limitazione agli investimenti, derivante dalla nostra indagine, è in sensibile calo tra il 2009 e il 2011: gli investimenti appaiono frenati più dalla dinamica della domanda che dai vincoli finanziari. Viceversa, se si considera il peso delle limitazioni finanziarie all'attività di R&S, questo risulta rilevante e crescente: il passaggio dal 2009 al 2011 ha portato ad un incremento molto forte del numero di imprese che dichiara un razionamento del credito (difficoltà di accesso al credito) per finanziare progetti rischiosi come quelli di ricerca.

In media nazionale la restrizione del credito ha comportato la rinuncia a Investimenti in meno del 9% delle imprese, mentre nel caso della R&S si raggiunge un valore prossimo al 27%. La situazione nel 2012 è stata in forte peggioramento sia con riferimento al costo del denaro che alla stessa disponibilità di credito, ma è presumibile che la posizione relativa tra progetti di R&S e altri progetti di sviluppo si sia mantenuta analoga a quella del 2011.

Per combattere la crisi di domanda interna un numero significativo di imprese (e qualitativamente essenziale per la competitività del sistema industriale) intraprende l'attività di R&S con l'obiettivo di affrontare un "nuovo mercato" e di confrontarsi con una nuova domanda. In un contesto di questo genere, la mancanza di risorse finanziarie rappresenta un forte vincolo all'attività aziendale.

I fondi pubblici interessano una quota molto modesta delle imprese in generale.

Le politiche pubbliche – coerentemente con i dati MET sulle erogazioni di aiuti ai settori di interesse, che segnalano poco più di 2,7 miliardi erogati nel 2010 – riguardano una percentuale trascurabile di imprese sia con riferimento agli aiuti di Stato tradizionali, che con riferimento alle garanzie su fondi pubblici. Le imprese che dichiarano di aver avuto agevolazioni sono meno del 2% del totale, percentuale che registra solo un lieve aumento nelle regioni meridionali cosiddette dell'Obiettivo Convergenza. Va sottolineato come le garanzie siano usate in modo relativamente più intenso da imprese di dimensioni medio grandi (presumibilmente su operazioni verso l'estero).

LE IMPRESE DI TERRA DI BARI NELL'ANNO 2012

Nell'anno 2012 la Terra di Bari e Bat ha continuato a detenere nel sistema delle imprese della Puglia una forte centralità, come testimoniano in maniera chiara i numeri delle sue aziende registrate ("**consistenze delle sedi d'impresa**"):

Provincia	Registrate	Addetti tot.	Iscrizioni	Cessazioni
BARI	151.587	449.094	9.126	10.765
BRINDISI	36.914	172.983	2.378	2.782
FOGGIA	74.196	158.459	4.658	4.809
LECCE	72.942	186.774	5.965	6.056
TARANTO	47.953	127.105	3.142	3.223
PUGLIA	383.592	1.094.415	25.269	27.635

Si contano dunque 151mila imprese, capaci di dare lavoro a quasi 450mila addetti, cifre che veleggiano entrambe intorno al 40% del dato complessivo regionale. Ben 31mila fra queste 151mila **imprese sono di natura artigiana**, risultato notevolissimo, soprattutto se si considera l'elevato apporto di addetti (78mila persone), in particolar modo nei settori delle manifatture e delle costruzioni.

Le aziende della provincia sono dunque soprattutto microimprese, com'è rilevabile dal fatto che i due terzi del totale occupano da uno a cinque addetti. Se la si guarda poi dal punto di vista della natura d'impresa, la sensazione non cambia: due terzi del totale è costituito da imprese individuali;

estendendo invece l'analisi all'insieme più ampio delle società di persone raggiungeremmo addirittura il 75% del totale provinciale.

Lo **scenario congiunturale** appare nuvoloso: delle 151mila imprese della provincia, 131mila hanno lo status di imprese attive (86%). E' vero che le inattive (più di 9mila) talvolta possono essere realtà imprenditoriali vive (si pensi ad esempio al malvezzo della mancata trasmissione della domanda di avvio attività alla Camera di Commercio), ma è altrettanto innegabile che il panorama delle imprese in sofferenza risulti lampante: su 3.524 aziende della provincia pendono procedure concorsuali, mentre 7.456 sono in stato di scioglimento o liquidazione; una fibrillazione che complessivamente coinvolge dunque diecimila imprese e più di 54mila persone.

Va anche rilevato che la dinamica della **natimortalità** nel 2012 è stata "a segno meno", con 9.126 iscrizioni e 10.765 cancellazioni. Il dato più preoccupante è però quello del "delta" fra imprese registrate nel 2012 e quello del 2011: 1.600 imprese e 1.200 lavoratori in meno nella provincia.

Oltre al superamento dei morsi della crisi congiunturale e delle problematiche sistemiche del sistema-Paese e del Mezzogiorno, in particolare occorre che il sistema provinciale delle imprese si muova verso obiettivi di maggiore **capitalizzazione e di natura giuridica** più strutturata, perché questo statisticamente fa rima con maggiori opportunità di lavoro. Si pensi ad esempio ad un dato plasticamente evidente:

- le aziende con fatturato superiore a 250mila € sono 10mila e danno lavoro a 150mila addetti;
- le aziende con fatturato inferiore a 250mila € sono 14mila ma danno lavoro soltanto a 33 mila persone.

Similmente, si potrebbe considerare che una forma diffusissima di impresa come quella individuale ha una media di un addetto e mezzo ad azienda, laddove invece ogni Srl (ce ne sono 26mila) dà lavoro mediamente a 5 persone e una SpA (ce ne sono 529) ne occupa 47.

Interessante anche una **lettura settoriale** della situazione, che ci consente di osservare che non ovunque la crisi fa sentire i suoi morsi. Anzi, a fronte di alcuni comparti che paiono in caduta libera, ve ne sono altri che mostrano una sorprendente capacità propulsiva. La parte fosca di questa situazione chiaroscurale riguarda soprattutto i settori più tradizionali, che perdono colpi sia come numero di imprese che come addetti: agricoltura, pesca, industria lapidea e soprattutto i malati storici degli ultimi cinque anni dell'industria italiana, ovvero le attività manifatturiere e l'industria delle costruzioni. Male anche il settore del trasporto e magazzinaggio, che ovviamente, essendo realtà trasversale e di servizio rispetto a quasi tutte le altre, finisce col risentire della crisi, secondo i noti meccanismi di "domino" delle filiere.

Intanto, l'altro grande malato d'Italia, il commercio, in Terra di Bari praticamente tiene, con una contrazione delle imprese registrate tutto sommato non drammatica (-0,48%) e con un sorprendente +1,88% negli addetti. Qui però occorrerebbe poi ragionare in termini di distinzione fra

Grande Distribuzione, Distribuzione Organizzata e commercio tradizionale, per cogliere dinamiche di trasformazione profonda che sono comunque in atto.

Pur in un quadro di crisi, l'economia provinciale racconta anche storie interessanti: si sta radicando un assetto sempre più terzariato e soprattutto questa terziazione genera dinamismo imprenditoriale, lavoro, capacità di creazione d'impresa. Mentre l'economia territoriale complessivamente arranca, vanno infatti bene i servizi di alloggio e di ristorazione, quelli di informazione e comunicazione (in testa, call center), ma soprattutto le attività professionali, scientifiche e tecniche, i servizi di supporto alle imprese, le agenzie di viaggio e le imprese attive nella sanità e assistenza sociale. Pare l'onda lunga di un Paese in cui si invecchia, ma allo stesso tempo si va verso una economia della conoscenza e una domanda crescente di servizi, soprattutto cura della persona, tempo libero e viaggi:

Settore anno 2012	Registrate	variaz.	Addetti tot.	variaz.
		2011-2012		2011-2012
A Agricoltura, silvicoltura pesca	27.496	-3,18%	40.376	-6,16%
B Estrazione di minerali da cave e miniere	148	-4,52%	930	-4,42%
C Attività manifatturiere	14.609	-2,97%	90.599	-1,31%
D Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condiz...	158	28,46%	1.207	6,63%
E Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione d...	307	3,72%	5.659	-2,63%
F Costruzioni	18.369	-2,52%	57.751	-5,21%
G Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut...	44.990	-0,48%	97.099	1,88%
H Trasporto e magazzinaggio	4.379	-4,70%	25.030	-4,65%
I Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	7.536	2,91%	33.015	9,80%
J Servizi di informazione e comunicazione	2.487	2,35%	9.371	5,51%
K Attività finanziarie e assicurative	2.353	-0,51%	6.227	-1,64%
L Attività immobiliari	2.524	2,44%	3.729	2,90%
M Attività professionali, scientifiche e tecniche	3.771	2,56%	10.631	1,73%
N Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imp...	3.166	1,70%	21.473	1,39%
O Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale...	4	0,00%	6	0,00%
P Istruzione	673	4,83%	2.484	-10,81%
Q Sanità e assistenza sociale	851	3,40%	12.868	11,60%
R Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e diver...	1.595	2,31%	5.887	5,14%
S Altre attività di servizi	5.738	0,54%	11.983	3,56%
T Attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro p...	1	0,00%	12	0,00%
X Imprese non classificate	10.432	0,25%	12.757	-1,48%
Grand Total	151.587	-1,04%	449.094	-0,25%

Volendo invece tracciare un **quadro territoriale** della situazione delle imprese, si desumono altri elementi interessanti:

- la forte centralità di Bari città sul sistema imprenditoriale della provincia (1/5 del totale delle sedi d'impresa) e la buona performance anche di Barletta, Andria e Trani (in totale, 22mila imprese);
- la buona performance di Bari e aree limitrofe (Modugno, Valenzano, Triggiano, Adelfia hanno tutte dei delta positivi), della Valle d'Itria (soprattutto Alberobello) e delle zone turistiche di mare (Monopoli);
- la preoccupante emorragia di sedi d'impresa e lavoratori nel nord barese e soprattutto nell'area murgiana (anche se non mancano i risultati sorprendenti, ad esempio l'incremento di addetti a Santeramo e Barletta):

Comune	Registrate	variaz.	Addetti	variaz.
		2011- 2012	tot.	2011- 2012
BA006 BARI	29.916	-0,48%	104.569	-0,37%
BA007 BARLETTA	9.933	-1,25%	26.763	1,39%
BA005 ANDRIA	9.893	-1,79%	22.024	-4,75%
BA004 ALTAMURA	7.605	-0,12%	23.856	-0,48%
BA030 MONOPOLI	4.997	-0,60%	14.209	3,50%
BA045 TRANI	4.961	-2,15%	15.497	-1,27%
BA011 BITONTO	4.581	-2,05%	13.577	-2,32%
BA020 CORATO	4.525	-0,33%	12.867	0,23%
BA009 BISCEGLIE	4.490	-2,45%	13.718	-3,14%
BA029 MOLFETTA	4.395	-1,57%	14.200	0,78%
BA023 GRAVINA IN PUGLIA	4.335	-1,92%	10.493	-0,72%
BA027 MODUGNO	3.709	0,35%	25.090	1,23%
BA013 CANOSA DI PUGLIA	3.219	-3,54%	6.003	-4,49%
BA021 GIOIA DEL COLLE	3.015	-0,72%	7.714	0,61%
BA036 PUTIGNANO	2.838	-1,60%	10.040	-0,98%
BA019 CONVERSANO	2.744	-1,29%	7.088	1,88%
BA041 SANTERAMO IN COLLE	2.710	-0,11%	9.358	3,22%
BA032 NOICATTARO	2.506	-0,63%	7.633	-1,06%
BA038 RUVO DI PUGLIA	2.477	-0,16%	5.922	0,17%
BA043 TERLIZZI	2.433	-0,90%	4.890	0,89%
BA017 CASTELLANA GROTTA	2.328	-1,44%	6.133	1,00%
BA037 RUTIGLIANO	2.298	-0,91%	8.410	2,66%
BA031 NOCI	2.255	-0,31%	8.401	-9,90%
BA001 ACQUAVIVA DELLE FONTI	1.947	0,00%	5.877	2,91%
BA046 TRIGGIANO	1.898	0,32%	6.274	3,75%
BA028 MOLA DI BARI	1.868	-1,37%	4.037	2,31%
BA025 LOCOROTONDO	1.816	0,55%	5.094	3,24%
BA035 POLIGNANO A MARE	1.797	-0,88%	5.044	0,88%
BA015 CASAMASSIMA	1.652	-0,12%	4.747	-4,54%
BA047 TURI	1.446	-1,16%	3.048	-3,57%

BA022 GIOVINAZZO	1.438	-2,51%	3.183	0,86%
BA033 PALO DEL COLLE	1.395	-2,65%	3.282	4,96%
BA014 CAPURSO	1.371	-0,15%	3.970	2,98%
BA016 CASSANO DELLE MURGE	1.354	-0,59%	3.044	2,35%
BA002 ADELFA	1.308	0,15%	3.152	-3,52%
BA003 ALBEROBELLO	1.289	0,08%	3.398	1,13%
BA048 VALENZANO	1.197	0,34%	2.669	7,23%
BA024 GRUMO APPULA	1.056	-2,13%	1.804	-1,26%
BA026 MINERVINO MURGE	1.003	-3,74%	1.630	-6,80%
BA040 SANNICANDRO DI BARI	954	-3,73%	1.627	-2,87%
BA010 BITETTO	898	-0,99%	1.507	4,29%
BA012 BITRITTO	860	0,23%	1.910	3,64%
BA042 SPINAZZOLA	805	-1,47%	1.397	-1,83%
BA044 TORITTO	740	-2,63%	1.188	0,42%
BA039 SAMMICHELE DI BARI	645	-3,44%	1.218	2,87%
BA018 CELLAMARE	301	-2,27%	814	3,30%
BA034 POGGIORSINI	221	-3,91%	266	7,69%
BA008 BINETTO	165	-4,07%	459	2,46%
PROVINCIA DI BARI E BAT	151.587	-1,04%	449.094	-0,25%

LA PUGLIA E BARI-BAT

L'attività economica internazionale è tornata a indebolirsi, risentendo anche della crisi dei debiti sovrani in Europa. In Italia il prodotto è cresciuto meno che nel resto del mondo e nell'area dell'euro. In Puglia, il peggioramento del quadro macroeconomico nello scorcio dell'anno ha interrotto il recupero dell'attività economica iniziato nella seconda metà del 2009: nel complesso del 2011 il valore aggiunto regionale è lievemente cresciuto, in misura superiore rispetto al resto del Mezzogiorno.

Le attività produttive e il mercato del lavoro - Il fatturato delle imprese industriali, rilevato dall'indagine della Banca d'Italia presso un campione di imprese con almeno 20 addetti, è aumentato del 3 per cento in termini reali. L'aumento delle vendite ha riguardato in particolare le imprese della meccanica, che hanno beneficiato del vigore della domanda estera, e il settore alimentare, che ha risentito in misura contenuta della crisi.

L'aumento del fatturato non si è tradotto in un miglioramento della situazione reddituale delle imprese. Il basso grado di utilizzo degli impianti, le incertezze sulla situazione economica e il peggioramento delle condizioni di finanziamento hanno condizionato gli investimenti, diminuiti per il terzo anno consecutivo. Le aspettative delle imprese industriali restano intonate alla prudenza.

Le vendite all'estero di beni hanno registrato un incremento di circa il 18 per cento a prezzi correnti, in misura superiore alla media nazionale e del Mezzogiorno, ma con un forte rallentamento nell'ultimo trimestre. Dal 2008 le esportazioni pugliesi sono cresciute più di quelle delle altre regioni in ritardo di sviluppo dell'Unione europea, comprese quelle del Mezzogiorno, anche per effetto del miglior posizionamento sui mercati internazionali di alcune realtà industriali di grandi dimensioni nel settore meccanico e farmaceutico. L'incremento dell'export non si è esteso ai settori del "made in Italy", che continuano a risentire di una debole presenza nelle produzioni a maggior valore aggiunto.

Nel settore delle costruzioni è proseguito il calo dell'attività in atto dal 2007. La produzione è cresciuta debolmente solo presso le imprese di maggiori dimensioni, sostenuta dal comparto delle opere pubbliche. Nel mercato dell'edilizia residenziale si è avuta una riduzione del numero di compravendite di immobili, sceso ai livelli minimi degli ultimi anni.

Il commercio al dettaglio ha risentito della debolezza dei consumi, in particolare di quelli durevoli, mentre è proseguito il momento favorevole del settore turistico per effetto soprattutto dell'aumento dei viaggiatori stranieri; il comparto dei trasporti ha beneficiato della crescita sia del movimento di merci, sia di quello di passeggeri.

La moderata ripresa dell'attività economica nel 2010 e nella prima parte del 2011 ha favorito una distensione del quadro occupazionale, che si è tuttavia bruscamente interrotta nel secondo semestre, associandosi anche a un nuovo aumento delle ore di Cassa integrazione. Nel 2011 gli occupati sono tornati ad aumentare in Puglia di circa 12.000 unità, riducendo la perdita complessiva dall'inizio della crisi a 52.000 posti di lavoro; il tasso di disoccupazione è sceso al 13,1 per cento. La ripresa dell'occupazione è stata alimentata dai lavoratori delle fasce di età più anziane, mentre per quelli più giovani si è registrato un nuovo rilevante calo, che ha interessato anche la componente più istruita. In Puglia i livelli di apprendimento degli studenti sono superiori alla media del Mezzogiorno, ma risultano ancora inferiori a quelli medi nazionali. Il grado di scolarizzazione rimane però nel complesso basso, anche nel confronto con la media del Sud.

I consumi delle famiglie hanno risentito del deterioramento delle condizioni del mercato del lavoro dopo il 2008, e alla fine dello scorso decennio sono tornati ai livelli del 2002. La caduta dei consumi durante la crisi è stata più pronunciata rispetto alla media del paese ma meno intensa di quella del Sud. Sul valore della ricchezza accumulata dalle famiglie hanno influito il rallentamento dei prezzi delle abitazioni e il deprezzamento delle attività finanziarie.

Con riferimento al mercato del credito alla debolezza della domanda di finanziamenti si è associato un sostanziale irrigidimento delle politiche di offerta delle banche, che hanno risentito delle nuove difficoltà sul fronte della raccolta. L'inasprimento delle condizioni, che è stato attuato dagli intermediari di tutte le classi dimensionali, si è riflesso principalmente in un rialzo dei tassi d'interesse, ma ha interessato anche le quantità offerte e le garanzie richieste dalle banche.

Il credito bancario alle imprese è aumentato soprattutto nelle scadenze a medio e a lungo termine: in presenza di un'attività di investimento ancora debole, vi ha contribuito principalmente la domanda di operazioni di ristrutturazione del debito. L'andamento del credito nella prima parte dell'anno ha favorito le imprese con bilanci più solidi, mentre nell'ultimo trimestre il calo è stato più generalizzato.

La debolezza della congiuntura si è riflessa nel deterioramento della qualità del credito. Il flusso di nuove sofferenze in rapporto ai prestiti alle imprese è aumentato e l'ulteriore crescita delle posizioni deteriorate in rapporto ai prestiti potrebbe anticipare un nuovo peggioramento nei prossimi mesi.

I finanziamenti bancari alle famiglie, pur in crescita, hanno risentito della debolezza del mercato immobiliare e del peggioramento delle condizioni di offerta delle banche. Negli anni della crisi le caratteristiche dei mutui alle famiglie pugliesi si sono modificate: la quota di mutui erogati con formule indicizzate è tornata preponderante dal 2010, ed è aumentato il ricorso a formule di protezione dal rischio di tasso (caps). Si è ridotta la quota di mutui destinati ai giovani.

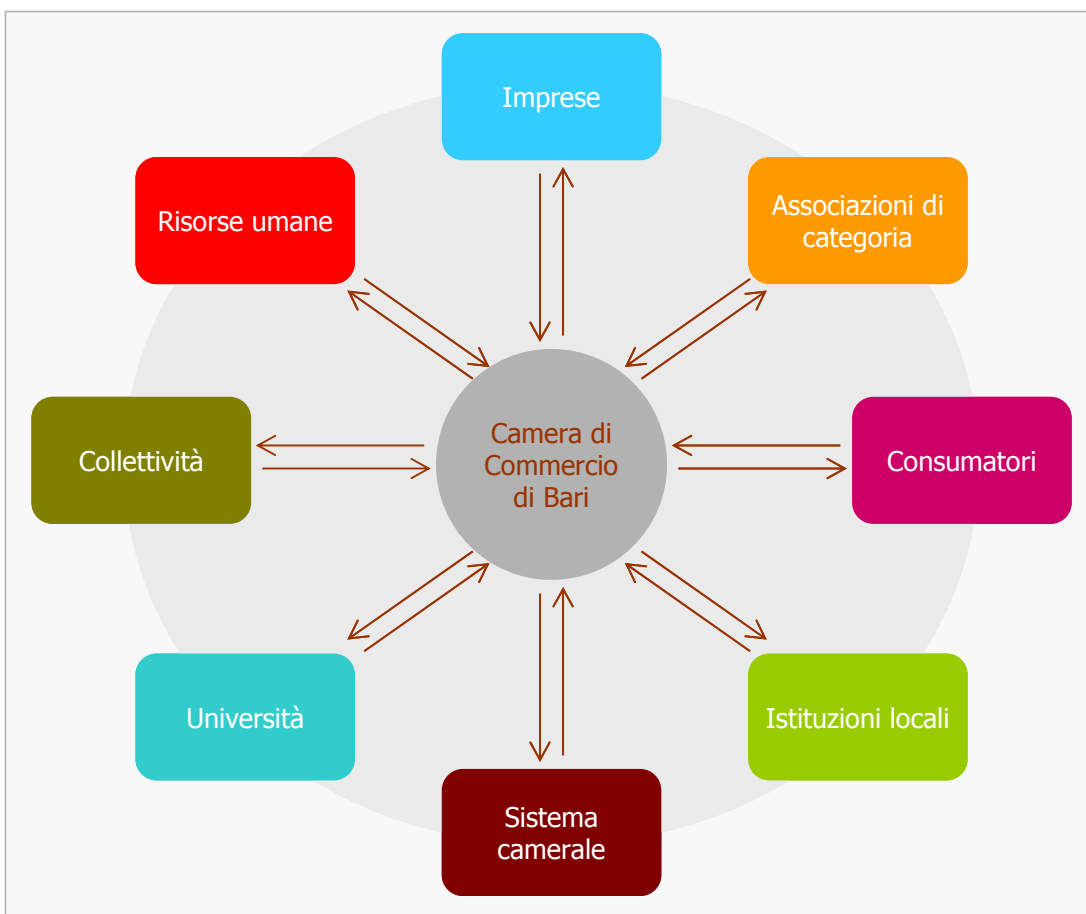
L'indebitamento delle famiglie pugliesi e l'onere del mutuo sono cresciuti negli anni più recenti in rapporto al reddito: tuttavia, come nel resto del paese, la quota di famiglie indebitate è maggiore nelle fasce con redditi più elevati, e questo attenua la vulnerabilità finanziaria dei nuclei familiari regionali. L'accessibilità finanziaria della proprietà della casa, che aveva beneficiato nel 2009 e nel 2010 del rallentamento dei prezzi degli immobili e dei minori tassi d'interesse, nel 2011 e 2012 ha risentito del nuovo rialzo dei tassi e delle maggiori difficoltà di accesso ai finanziamenti bancari.

Gli stakeholders

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

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

Gli stakeholders della Camera di Commercio



L'AMMINISTRAZIONE

> CHI SIAMO

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

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

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

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

> COSA FACCIAMO

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

All’Ente camerale sono attribuite funzioni di tipo amministrativo, che rappresentano la tradizionale attività delle Camere di commercio e che hanno per oggetto gli adempimenti anagrafici e certificativi per le imprese. La Camera svolge inoltre attività promozionali per il sostegno delle

imprese e lo sviluppo dell'economia. A queste si aggiungono le funzioni di regolamentazione del mercato, di monitoraggio, di studio e di analisi dell'economia locale.

Infine l'Ente realizza attività di formazione e informazione economica; attività di marketing territoriale; iniziative per favorire l'accesso al credito da parte delle imprese e sostiene l'internazionalizzazione, lo sviluppo delle infrastrutture e l'innovazione.

> **COME OPERIAMO**

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

> **L'AMMINISTRAZIONE IN CIFRE**

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

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

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

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

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

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

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

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

Le attività di IFOC riguardano in particolare le seguenti aree:

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

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

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

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

> CONTESTO INTERNO

Il personale della Camera di Commercio di Bari

Composizione del personale per ruolo			
	2010*	2011	2012
Segretario generale	1	0	0
Dirigenti	4	3	2
D	48	48	44
C	106	104	101
B	12	13	12
A	5	5	5
TOTALE	176	173	164

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

Composizione del personale per anzianità di servizio										
	0-5	6-10	11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	> 40	TOTALE
2008	11	17	43	22	44	25	20	6	1	189
2009	4	18	45	5	59	26	17	7	2	183
2010	1	18	45	4	56	27	17	6	2	176
2011	5	17	44	5	43	39	16	3	1	173
2012	7	7	49	10	28	48	12	3	0	164

Composizione del personale per classi di età										
	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	> 65	TOTALE
2008	0	4	31	46	29	36	27	14	2	189
2009	0	1	21	50	29	34	29	17	2	183
2010	0	1	11	49	30	37	29	16	3	176
2011	1	2	7	46	36	36	28	16	1	173
2012	0	3	4	33	46	29	36	12	0	164

Composizione del personale per titolo di studio						
	Scuola dell'obbligo	Licenza media superiore	Laurea breve	Laurea	Specializzazione post laurea	TOTALE
2008	26	85	0	37	41	189
2009	24	84	0	34	41	183
2010	23	80	0	32	41	176
2011	14	84	0	37	38	173
2012	13	81	0	35	35	164

* Dato riferito all'anno solare

Composizione del personale per tipologia contrattuale			
	Full time	Part time*	TOTALE
2008	181	8	189
2009	175	8	183
2010	165	11	176
2011	162	11	173
2012	153	11	164

Governance e Organi istituzionali. Gli organi di governo della Camera di commercio, rappresentativi delle imprese e dei settori economici provinciali, sono il Consiglio, la Giunta, il Presidente e il Collegio dei revisori dei conti. A questi spettano le funzioni di indirizzo e di controllo, mentre le funzioni di gestione sono attribuite al Segretario generale e ai dirigenti.

Il Consiglio – composto da 32 membri, in carica per 5 anni – esprime l'interesse generale della comunità socio-economica provinciale ed è l'organo collegiale di indirizzo strategico della Camera. Stabilisce le linee guida politiche e amministrative, definisce obiettivi e programmi, predispone e approva lo Statuto e i regolamenti, elegge il Presidente e la Giunta, nomina i membri del Collegio dei Revisori dei conti, designati dagli organi di competenza. Su proposta della Giunta camerale delibera il preventivo economico e approva il bilancio d'esercizio.

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

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

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

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

Composizione della Giunta camerale	
Presidente	Ambrosi Alessandro
Vicepresidente	Riccardi Giuseppe
	Campobasso Beniamino
	De Concilio Antonio
	Liso Salvatore

Composizione del Collegio dei revisori dei conti	
Presidente	Mongelli Giuseppe
Componenti effettivi	Dell'Atti Stefano
	La Selva Domenico Marcello

Composizione dell'Organismo Indipendente di Valutazione	
Presidente	Girone Giovanni
Componenti	Vittorio Boscia
	Saverio Natale

Governance e organigramma della Camera di Commercio di Bari

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

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

Il Segretario generale coordina i dirigenti, che sono responsabili del conseguimento degli obiettivi prefissati in relazione alle attività loro assegnate; essi adottano atti e provvedimenti amministrativi e spetta loro la gestione finanziaria, tecnica e amministrativa delle aree loro attribuite. Nominano i responsabili dei procedimenti amministrativi, coordinano e controllano l'attività degli uffici che da essi dipendono e dei responsabili dei procedimenti. Dal 6/08/2011 le funzioni di Segretario Generale sono svolte da un Dirigente dell'Ente incaricato. La procedura per la copertura di tale posizione è a tutt'oggi in corso di ultimazione.

Per l'Anno 2012

I Dirigenti della Camera di Commercio di Bari	
Segretario generale	Raffaele VASTANO (facente funzioni fino al 31/8/2012) Angela Patrizia Partipilo (facente funzioni dal 01/09/2012)
Settore gestione risorse umane, studi e rapporti Enti istituzionali	Raffaele VASTANO (fino al 31/8/2012) Angela Patrizia Partipilo (ad interim dal 01/09/2012)
Settore gestione delle risorse e del patrimonio	Raffaele VASTANO (ad interim fino al 31/8/2012) Angela Patrizia Partipilo (ad interim dal 01/09/2012)
Settore legale, fede pubblica, statistica e agricoltura	Vincenzo Pignataro
Settore Registro delle imprese	Angela Patrizia Partipilo
Settore albi ed elenchi professionali e attività promozionali	Angela Patrizia Partipilo <i>ad interim</i>
Settore ambiente e attività decentrate	Raffaele VASTANO (ad interim fino al 31/8/2012) Vincenzo Pignataro (ad interim dal 01/09/2012)

LE CRITICITÀ ED OPPORTUNITÀ

Il Piano delle Performance è un nuovo strumento capace di rendere partecipi gli obiettivi che la Camera di Commercio si è data, garantendo trasparenza e intelligibilità ai suoi interlocutori; le imprese, le associazioni, le altre istituzioni pubbliche, i consumatori, i lavoratori dipendenti, i singoli cittadini e tutti i portatori di interesse rilevanti.

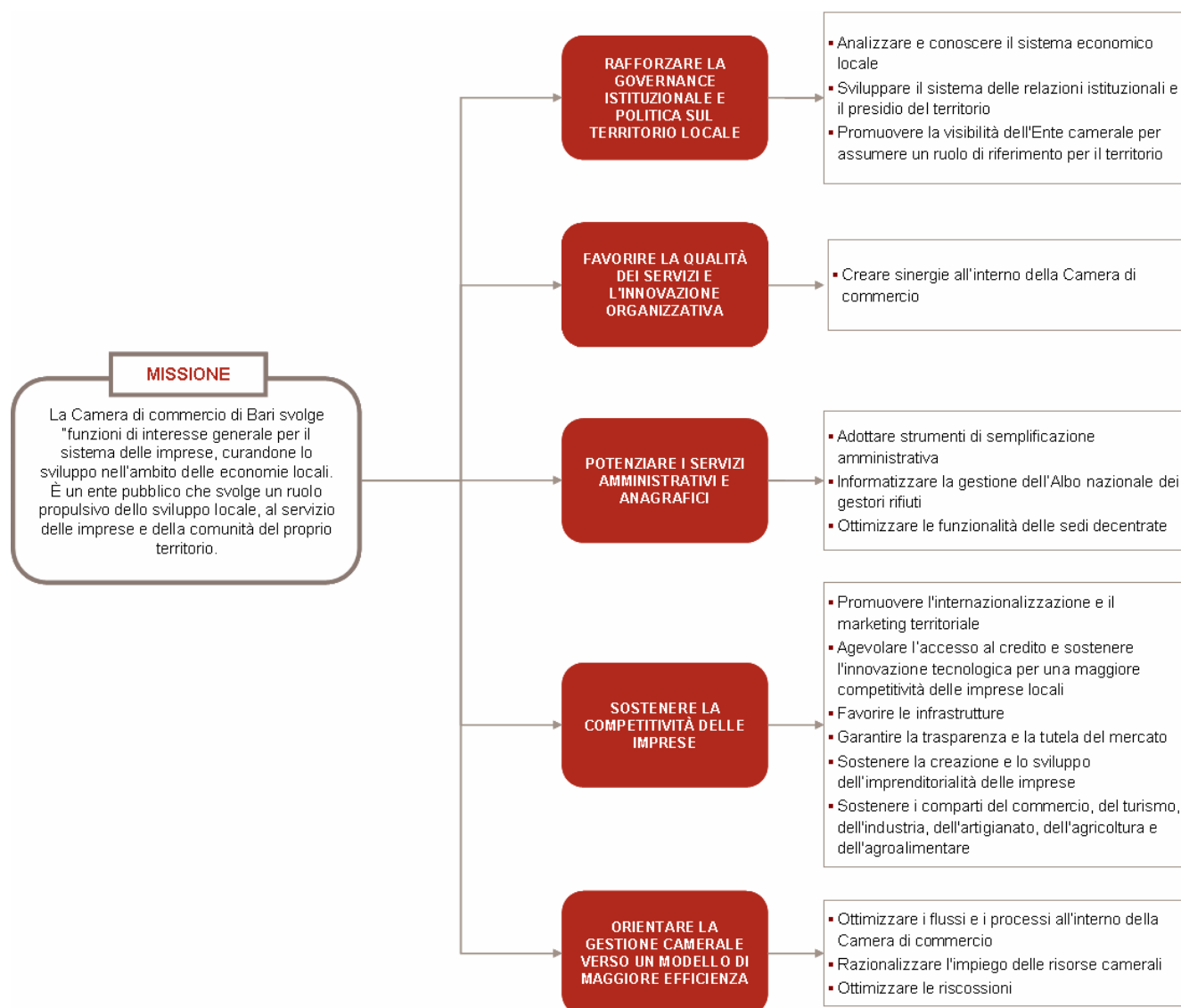
Questa prima sperimentazione del Piano della Performance 2011-2013, con riferimento all'anno 2012, segue la logica di un approccio graduale al Ciclo di gestione della performance da parte dell'Ente camerale, poiché l'adeguamento al Decreto 150/2009 richiede la progressiva ridefinizione delle logiche organizzative e gestionali, a tutt'oggi in atto, attraverso l'introduzione di nuovi appositi strumenti di monitoraggio e controllo di gestione.

E' pertanto in corso una fase di adeguamento anche sul piano organizzativo funzionale attraverso la rivisitazione della struttura organizzativa dell'Ente anche con riferimento alla razionalizzazione della spesa richiesta dai recenti provvedimenti legislativi in materia di spesa pubblica.

Questa relazione sulla Performance dà conto dei risultati conseguiti rispetto agli obiettivi stabiliti con i documenti programmatici quali: Relazione Previsionale e Programmatica 2012, Bilancio preventivo 2012, Budget direzionale 2012 e assegnazione obiettivi, riportati nel Piano della Performance con riferimento all'anno 2012.

OBIETTIVI STRATEGICI ED OBIETTIVI OPERATIVI PER IL PERIODO 2011-2013

ALBERO DELLA PERFORMANCE



RISULTATI RAGGIUNTI 2012

1. RAFFORZARE LA GOVERNANCE ISTITUZIONALE E POLITICA SUL TERRITORIO LOCALE

			valenza obiettivo	descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	% Realizzazione
1			Obiettivo strategico	Rafforzare la governance istituzionale e politica sul territorio locale	100,00%			100%
1			Incremento delle indagini, studi, approfondimenti e analisi sul sistema economico locale	N. indagini, studi, approfondimenti e analisi sul sistema produttivo locale realizzate nel periodo T/N. indagini sul sistema produttivo locale realizzate nel periodo T-1	25,00%	1,07	>1	100%
1			Incremento delle iniziative promosse in collaborazione con Enti, Associazioni e altre Istituzioni territoriali	N. iniziative realizzate nel periodo T/N. iniziative realizzate nel periodo T-1	25,00%	1,33	>1	100%
1			N. iniziative e informative a sostegno della diffusione della conoscenza per favorire la crescita delle imprese	N. iniziative specifiche e di comunicazioni a favore delle imprese	25,00%	160	18	100%
1			Livello di partecipazione alle iniziative di Sistema camerale	N. progetti-iniziativa realizzati dalla Camera in collaborazione con altri soggetti del Sistema nell'anno T / N. progetti-iniziativa realizzati dalla Camera in collaborazione con altri soggetti del Sistema nell'anno T-1	25,00%	2,2	>1	100%

			valenza obiettivo	descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	% Realizzazione
1	1		Obiettivo operativo	Analizzare e conoscere il sistema economico locale. Monitorare con continuità e crescente attenzione l'evoluzione dello scenario economico, per analizzarne e interpretarne le dinamiche territoriali e cogliere tempestivamente i fenomeni emergenti.	100,00%			100%
1	1	A	Realizzazione di analisi, studi, ricerche e approfondimenti sulle dinamiche economiche della Terra di Bari	N. analisi, studi, ricerche e approfondimenti realizzati	50,00%	16	6	100%
1	1	B	Iniziative dirette a migliorare il know-how delle imprese locali attraverso appositi strumenti di comunicazione e informazione istituzionale	N. attività realizzate	50,00%	45	30	100%
1	2		Obiettivo operativo	Sviluppare il sistema delle relazioni istituzionali e il presidio del territorio. Rafforzare i rapporti con Regione, Province, Comuni, Università, Centri di ricerca e collaborare a costruire un clima armonico e di dialogo con le rappresentanze settoriali presenti sul territorio.	100,00%			100%
1	2	A	Iniziative in collaborazione con le Associazioni imprenditoriali di categoria e le Istituzioni locali	N. iniziative realizzate nel periodo T	50,00%	20	18	100%
1	2	B	Collaborazioni con il mondo accademico per favorire il più ampio confronto e dibattito all'interno e all'esterno dell'Ente	N. collaborazioni attivate con Università ed Enti di ricerca anche attraverso tirocini formativi e attività svolte in sinergia	50,00%	4	4	100%
1	3		Obiettivo operativo	Promuovere la visibilità dell'Ente camerale per assumere un ruolo di riferimento per il territorio	100,00%			100%
1	3	A	Incrementare l'interazione con il mondo imprenditoriale	N. momenti informativi, formativi per le imprese	10,00%	10	8	100%
1	3	A	Incrementare l'interazione con il mondo imprenditoriale	N. imprese coinvolte in percorsi formativi ad hoc o in progetti speciali	10,00%	536	250	100%
1	3	B	Migliorare la comunicazione esterna	N. atti pubblicati on line anno T / N. atti pubblicato on line anno T-1	10,00%	1,10	>1	100%
1	3	B	Migliorare la comunicazione esterna	N. atti pubblicati on line anno T / N. attività informative realizzate nel periodo T/ N. attività informative realizzate nel periodo T-1	10,00%	1,07	>1	100%
1	3	C	Rendere il sito web istituzionale più fruibile e accessibile -	N. di accessi al sito istituzionale	20,00%	1.469.070	250.000	100%
1	3	D	Adottare strumenti di comunicazione personalizzata quale modalità di contatto diretto con le imprese	N. di imprese contattate tramite strumenti di comunicazione diretta al tempo T/ N. di imprese contattate tramite strumenti di comunicazione diretta al tempo T-1	20,00%	1,2	>1	100%
1	3	E	Attivazione e gestione dell'Albo on line, in attuazione della normativa vigente	N. utenti che hanno consultato l'Albo on line nel periodo T	20,00%	50.109	10.000	100%

2. FAVORIRE LA QUALITÀ DEI SERVIZI E L'INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA

			valenza obiettivo	descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	% Realizzazione
2			Obiettivo strategico	Favorire la qualità dei servizi e l'innovazione organizzativa	100,00%			98%
2			Livello di sviluppo del progetto "Ciclo di gestione della performance"	Stato di avanzamento del progetto "Ciclo di gestione della performance"	25,00%	100%	80%	100%
2			Territorializzazione dei servizi sul territorio	N. pratiche lavorate presso gli sportelli decentrati nell'anno T / N. pratiche lavorate presso gli sportelli decentrati nell'anno T-1	25,00%	0,91	>1	91%
2			Livello di qualità percepita	Livello di qualità percepita tramite Customer satisfaction	n.d.	n.d.	-	n.d.
2			Livello di qualità percepita	N. reclami pervenuti sui livelli di erogazione dei servizi anno T / N. reclami pervenuti sui livelli di erogazione dei servizi anno T-1	25,00%	95,35%	< 1	100%
2			Partecipazione degli utenti alle iniziative camerale nel tempo	N. di partecipanti alle iniziative promosse dalla Camera nel periodo T / N. di partecipanti alle iniziative promosse dalla Camera nel periodo T-1	25,00%	1,59	>1	100%

			valenza obiettivo	descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	% Realizzazione
2	1		Obiettivo operativo	Creare sinergie all'interno della Camera di commercio	100,00%			100%
2	1	A	Monitorare e verificare l'accessibilità ai servizi	N. servizi offerti telematicamente / N. totale dei servizi offerti dalla Camera	25,00%	75%	70%	100%
2	1	A	Monitorare e verificare l'accessibilità ai servizi	N. giorni di apertura degli sportelli / N. giorni lavorativi	25,00%	100%	90%	100%
2	1	B	Migliorare l'integrazione dei servizi erogati, delle attività e dei progetti del sistema-Camera -	N. progetti in collaborazione con Azienda speciale, Unione regionale, Unioncamere nazionale periodo T / N. progetti in collaborazione con Azienda speciale, Unione regionale, Unioncamere nazionale periodo T-1	50,00%	1,2	>=1	100%

3. POTENZIARE I SERVIZI AMMINISTRATIVI E ANAGRAFICI

			valenza obiettivo	descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	% Realizzazione
3			Obiettivo strategico	Potenziare i servizi amministrativi e anagrafici	100,00%			100%
3			Livello di dematerializzazione delle comunicazioni con l'esterno	N. comunicazioni trasmesse all'esterno tramite PEC / N. comunicazioni trasmesse all'esterno verso soggetti dotati di PEC	16,67	70%	60%	100%
3			Contenimento delle spese postali	Spese postali sostenute nel periodo T / Spese postali sostenute nel periodo T-1	16,67	0,99	< 1	100%
3			Tempi medi di evasione delle pratiche RI	Tempi medi di evasione delle pratiche RI al netto della sospensione dell'anno T/ Tempi medi di evasione delle pratiche RI al netto della sospensione dell'anno T-1	16,67	0,93	< 1	100%
3			Livello di coinvolgimento delle aziende iscritte all'Albo nazionale gestori ambientali sezione Puglia	N. aziende interessate a usufruire del software telematico AGEST / N. iscritti all'albo	16,67	60%	>35%	100%
3			Livello di telematizzazione delle pratiche dell'Albo nazionale	N. pratiche telematiche dell'Albo nazionale gestori ambientali / N. totale pratiche Albo nazionale gestori ambientali	16,67	100%	>55%	100%
3			Tasso dei certificati d'origine rilasciati dalle sedi decentrate	N. certificati di origine merci rilasciati dagli sportelli decentrati / N. certificati di origine merci richiesta	16,67	38%	>20%	100%

			valenza obiettivo	descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	% Realizzazione
3	1		Obiettivo operativo	Adottare strumenti di semplificazione amministrativa	100,00%			93%
3	1	A	Azioni volte a diffondere l'utilizzo della Posta elettronica certificata (PEC)	N. comunicazioni pervenute tramite di PEC / N. totale delle comunicazioni pervenute	25,00%	70%	35%	100%
3	1	B	Migliorare e modernizzare la banca dati del Registro delle imprese	N. azioni di normalizzazione messe in atto / N. azioni di normalizzazione individuate	12,50%	82%	60%	100%
3	1	B	Migliorare e modernizzare la banca dati del Registro delle imprese -	Posizioni cancellate / Posizioni da cancellare	12,50%	92%	60%	100%
3	1	C	Realizzare un servizio di Call center per l'ufficio del Registro delle imprese	N. giorni operativi del Call center/N. giorni lavorativi	12,50%	100%	80%	100%
3	1	C	Realizzare un servizio di Call center per l'ufficio del Registro delle imprese	N. contatti complessivi nell'anno T/ N. contatti complessivi nell'anno T-1	12,50%	85%	>1	85%
3	1	D	Dare attuazione al D.P.R. n. 160/2010 in tema di Sportello unico attività produttive (SUAP)	N. incontri di coordinamento promossi dalla Camera	12,50%	4	6	67%
3	1	D	Dare attuazione al D.P.R. n. 160/2010 in tema di Sportello unico attività produttive (SUAP)	N. Comuni in delega	12,50%	14	15	93%
3	2		Obiettivo operativo	Informatizzare la gestione dell'Albo nazionale dei gestori rifiuti	100,00%			100%
3	2	A	Realizzare attività formative per gli operatori della Camera, per i grandi utenti e per i consulenti	N. incontri formativi realizzati	25,00%	11	4	100%
3	2	A	Realizzare attività formative per gli operatori della Camera, per i grandi utenti e per i consulenti	N. utenti interessati	25,00%	440	100	100%
3	2	B	Messa a regime del SISTRI	N. dispositivi consegnati alle imprese / N. dispositivi assegnati alla Camera di commercio	50,00%	100%	90%	100%

4. SOSTENERE LA COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

			valenza obiettivo	descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	% Realizzazione
4			Obiettivo strategico	Sostenere la competitività delle imprese	100,00%			100%
4			Livello di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di internazionalizzazione	N. imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione nell'anno T / N. imprese coinvolte nelle iniziative di internazionalizzazione nell'anno T-1	20%	1,19	>1	100%
4			Livello di partecipazione delle imprese alle iniziative formative/informative promosse dalla Camera di commercio	N. imprese che hanno partecipato alle iniziative formative e informative promosse dalla Camera nel periodo T / N. imprese che hanno partecipato alle iniziative formative e informative promosse dalla Camera nel periodo T-1	20%	1,18	>=1	100%
4			Variazione delle iniziative a sostegno dello sviluppo tecnologico e infrastrutturale	Numero di iniziative a sostegno dello sviluppo realizzate nel periodo T/Numero di iniziative a sostegno dello sviluppo realizzate nel periodo T-1	20%	1,20	>1	100%
4			Iniziative a sostegno dei prodotti tipici	N. iniziative a sostegno dei prodotti tipici locali nel periodo T/ N. iniziative a sostegno dei prodotti tipici locali nel periodo T-1	20%	1	>=1	100%
4			Incremento delle conciliazioni gestite	Conciliazione gestite nel periodo T/ Conciliazione gestite nel periodo T-1	20%	+10,81	+5%	100%

			valenza obiettivo	descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	% Realizzazione
4	1		Obiettivo operativo	Promuovere l'internazionalizzazione e il marketing territoriale	100,00%			100%
4	1	A	Offerta integrata di servizi, promozionali e di assistenza, per sostenere e accompagnare le imprese nelle percorso di internazionalizzazione (concessioni di contributi per la partecipazione a fiere nazionali e internazionali, incontri b2b, accompagnamento nel mercato estero)	N. iniziative all'estero nel periodo T/N. iniziative all'estero nel periodo T-1	16,66%	1,1	>1	100%
4	1	A	Offerta integrata di servizi, promozionali e di assistenza, per sostenere e accompagnare le imprese nelle percorso di internazionalizzazione (concessioni di contributi per la partecipazione a fiere nazionali e internazionali, incontri b2b, accompagnamento nel mercato estero)	N. imprese coinvolte nelle iniziative all'estero	16,66%	367	>250	100%
4	1	B	Attività di scouting e di consolidamento di posizioni già acquisite attraverso iniziative e progetti attivati su macro-aree target e su comparti merceologici che rappresentano l'eccellenza locale nel mondo	N. di paesi-target coinvolti	16,66%	6	5	100%
4	1	B	Attività di scouting e di consolidamento di posizioni già acquisite attraverso iniziative e progetti attivati su macro-aree target e su comparti merceologici che rappresentano l'eccellenza locale nel mondo	N. imprese coinvolte	16,66%	290	200	100%
4	1	C	Iniziative di formazione e informazione sull'internazionalizzazione destinate alle PMI e ai soggetti intermediari che operano a supporto delle imprese	N. iniziative formative e informative realizzate	16,66%	5	5	100%
4	1	C	Iniziative di formazione e informazione sull'internazionalizzazione destinate alle PMI e ai soggetti intermediari che operano a supporto delle imprese	N. di partecipanti alle iniziative formative e informative realizzate	16,66%	267	200	100%

4	2		Obiettivo operativo	Agevolare l'accesso al credito e sostenere l'innovazione tecnologica per una maggiore competitività delle imprese locali	100,00%			100%
4	2	A	Sostenere l'attività di Confidi migliorando la qualità della concessione di garanzie, attraverso bandi rivolti alle micro-imprese che svolgono attività ad alto rischio e bandi volti a ridurre il costo degli interessi su finanziamenti erogati dalle banche	N. iniziative promosse dalla Camera a sostegno dell'accesso al credito delle imprese	50,00%	2	>1	100%
4	2	B	Ottimizzare i processi di gestione della banca dati relativa a brevetti e marchi, attraverso un aggiornamento puntuale e costante su quanti depositano i brevetti, sui prodotti brevettati e sui settori di appartenenza	Tempo che intercorre tra il deposito dei brevetti e l'aggiornamento della banca dati camerale	50,00%	3 gg	<= 10 gg	100%
4	3		Obiettivo operativo	Favorire le infrastrutture	100,00%			100%
4	3	A	Realizzare iniziative per lo sviluppo delle infrastrutture locali	N. iniziative a sostegno dello sviluppo infrastrutturale realizzate	100,00%	3	>2	100%
4	4		Obiettivo operativo	Garantire la trasparenza e la tutela del mercato	100,00%			100%
4	4	A	Realizzare azioni per promuovere l'arbitrato e la conciliazione e per affinare gli strumenti tecnici che consentono un miglior utilizzo di tali tecniche -	N. partecipanti alle iniziative promozionali circa le tematiche di risoluzione delle controversie	33,33%	30	>25	100%
4	4	B	Potenziamento delle attività ispettive e di vigilanza	N. verifiche effettuate su strumenti metrici	11,11%	2.850	2.000	100%
4	4	B	Potenziamento delle attività ispettive e di vigilanza	N. di ispezioni realizzate	11,11%	1.490	1.100	100%
4	4	B	Potenziamento delle attività ispettive e di vigilanza	N. carte tachigrafe rilasciate nel periodo T/ N. carte tachigrafe rilasciate nel periodo T-1	11,11%	3.430	1.900	100%
4	4	C	Garantire la trasparenza del mercato	N. incontri della commissione per aggiornamento raccolta usi e consuetudini	11,11%	6	12	50%
4	4	C	Garantire la trasparenza del mercato	Tempo intercorrente tra la cancellazione e la comunicazione dei protesti/N. totale dei protesti da cancellare	11,11%	< 20gg	20 gg	100%
4	4	C	Garantire la trasparenza del mercato	Tempo intercorrente tra l'emissione dell'ordinanza e la comunicazione dell'Ente accertatore/N. totale di comunicazioni	11,11%	< 60gg	60 gg	100%

4	5		Obiettivo operativo	Sostenere la creazione e lo sviluppo dell'imprenditorialità delle imprese	100,00%			100%
4	5	A	Attività di sostegno alla creazione di nuove imprese attraverso assistenza, accoglienza e formazione rivolta agli aspiranti imprenditori, alle imprese nella fase di start up e all'imprenditoria femminile	N. di assistenze realizzate alle imprese in fase di start up	25,00%	367	300	100%
4	5	A	Attività di sostegno alla creazione di nuove imprese attraverso assistenza, accoglienza e formazione rivolta agli aspiranti imprenditori, alle imprese nella fase di start up e all'imprenditoria femminile	N. interventi formativi per gli aspiranti imprenditori	25,00%	536	250	100%
4	5	B	Organizzazione di seminari e percorsi di alta formazione e di aggiornamento per incentivare e supportare l'investimento in formazione continua delle imprese attive nel territorio barese -	N. seminari e percorsi formativi realizzati nel periodo T / N. seminari e percorsi formativi realizzati per il periodo T-1	50,00%	1	>1	100%
4	6		Obiettivo operativo	Sostenere i comparti del commercio, del turismo, dell'industria, dell'artigianato, dell'agricoltura e dell'agroalimentare	100,00%			95,88%
4	6	A	Iniziative di promozione del territorio locale e del turismo in Terra di Bari (BIT Milano, Progetto Ulivi di Terra Madre, Info-point turistico, educational tour, ecc.) -	N. eventi di promozione turistica realizzati nel tempo T	12,50%	6	4	100%
4	6	A	Iniziative di promozione del territorio locale e del turismo in Terra di Bari (BIT Milano, Progetto Ulivi di Terra Madre, Info-point turistico, educational tour, ecc.)	N. imprese partecipanti agli eventi promossi dalla Camera di commercio	12,50%	436	300	100%
4	6	B	Creare sinergie tra le imprese dei sistemi produttivi locali	N. eventi promozionali a sostegno delle imprese	25,00%	13	12	100%
4	6	C	Valorizzare le produzioni artigianali e le tradizioni produttive	N. imprese partecipanti alle mostre dell'artigianato	12,50%	67	100	67%
4	6	C	Valorizzare le produzioni artigianali e le tradizioni produttive	N. eventi realizzati in favore dell'artigianato	12,50%	8	3	100%
4	6	D	Promuovere e tutelare i prodotti di eccellenza	N. eventi promozionali del settore vitivinicolo realizzati nel periodo T/ N.eventi promozionali del settore vitivinicolo realizzati nel periodo T-1	5,00%	1,75	>1	100%
4	6	D	Promuovere e tutelare i prodotti di eccellenza	N. partecipanti agli eventi promossi dalla Camera nell'anno T / N. partecipanti agli eventi promossi dalla Camera nell'anno T-1	5,00%	1,23	>1	100%
4	6	D	Promuovere e tutelare i prodotti di eccellenza	N. iscritti negli Albi DOP, IGT nell'anno t/ N. iscritti negli Albi DOP, IGT nell'anno T-1	5,00%	1,05	>1	100%
4	6	D	Promuovere e tutelare i prodotti di eccellenza	N. verifiche e analisi effettuate nell'anno T/ N. verifiche e analisi effettuate nell'anno T-1	5,00%	1,79	>1	100%
4	6	D	Promuovere e tutelare i prodotti di eccellenza -	N. Panel test effettuati/ N. Panel test effettuati nell'anno T- 1	5,00%	1,64	>1	100%

5. ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA

			valenza obiettivo	descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	% Realizzazione
5			Obiettivo strategico	Orientare la gestione camerale verso un modello di maggiore efficienza	100,00%			98%
5			Livello di contenimento spese di funzionamento	Totale spese di funzionamento sostenute nell'anno T / Totale spese di funzionamento sostenute nell'anno T-1	50%	1,04	<1	96%
5			Tasso di morosità delle riscossioni	N. morosi anno T / N. morosi anno T-1	50%	0,95	<1	100%

			valenza obiettivo	descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	% Realizzazione
5	1		Obiettivo operativo	Ottimizzare i flussi e i processi all'interno della Camera di commercio	100,00%			100%
5	1	A	Miglioramento del sistema di monitoraggio interno della gestione camerale	N. Report monitoraggio della performance prodotti anno T / N. Report monitoraggio della performance prodotti anno T-1	100,00%	1	>=1	100%
5	2		Obiettivo operativo	Razionalizzare l'impiego delle risorse camerali	100,00%			94%
5	2	A	Raggiungimento degli obiettivi dell'ente in termine budget direzionale	Risorse impiegate / risorse previste a budget	25,00%	99,71%	80%	100%
5	2	B	Diffusione di una cultura organizzativa basata sulla misurazione dei risultati e sull'efficacia della gestione	Numero di ore destinata alla formazione	25,00%	24	30	80%
5	2	C	Valorizzazione delle partnership di sistema nelle forniture e nella gestione contrattuale	Spese per fornitura servizio xx periodo T / Spese per fornitura servizio xx periodo T-1 (Spese funzionamento)	25,00%	1,04	<1	96%
5	2	D	Razionalizzazione delle spese legali	N. cause trattate d'ufficio / totale procedimenti pendenti della Camera	25,00%	94%	75%	100%
5	3		Obiettivo operativo	Ottimizzare le riscossioni	100,00%			80%
5	3	A	Migliorare la riscossione del diritto annuale	Diritto annuale riscosso nel periodo T/ Diritto annuale riscosso nel periodo T-1	100,00%	0,80	>1	80%

OBIETTIVI INDIVIDUALI

Nel Piano della Performance 2011 – 2013 con riferimento all'anno 2012 in relazione a ciascun obiettivo strategico ed operativo sono stati individuati i Settori coinvolti. Con particolare riferimento ai risultati operativi sono stati altresì individuati il Servizio responsabile e le risorse umane coinvolte nella realizzazioni degli stessi. Detti obiettivi sono stati ricavati dai documenti di programmazione dell'Ente (RPP 2012, Bilancio Preventivo 2012 e suo aggiornamento).

Questa relazione dà conto del livello del raggiungimento degli obiettivi richiamati da parte del Segretario Generale f.f. e dei Dirigenti camerati e conseguentemente del livello di raggiungimento degli obiettivi da parte delle Strutture organizzative dagli stessi dirette.

RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITA'

I dati economico-contabili

Proventi correnti			
	2010 [Consuntivo]	2011 [Consuntivo]	2012 [Consuntivo]
Diritto annuale	38.070.344,5	32.234.698,54	25.946.321,67
Diritti di segreteria	5.978.482,08	5.600.465,35	5.384.866,10
Contributi, trasferimenti e altre entrate	2.273.608,83	2.224.439,10	2.361.090,08
Proventi gestione beni e servizi	486.305,47	462.240,70	589.699,35
Variazione rimanenze	-13.988,23	- 20.000,00	24.454,70
TOTALE	46.794.752,65	40.494.363,68	34.306.431,90

Nel corso del 2010 e 2011 il diritto annuale ha subito un incremento significativo per l'effetto dell'accertamento di annualiata' precedenti.

Oneri correnti			
	2010	2011	2012
	[Consuntivo]	[Consuntivo]	[Consuntivo]
Personale	9.820.525,14	9.298.254,80	9.292.037,07
Funzionamento	8.494.271,61	8.338.852,63	8.680.657,60
Interventi economici	6.402.915,94	7.668.447,28	8.582.830,50
Ammortamenti e accantonamenti	18.327.534,96	12.516.500,97	9.327.004,92
TOTALE	43.045.247,65	37.822.055,68	35.882.530,09

Si rileva la riduzione diffusa delle Entrate con riferimento al voci: Diritto annuale e Diritti di segreteria.

Gli interventi economici riportano un sostanziale incremento nella misura di € 914.383,22 pari al 12% rispetto all'anno 2011.

L'incremento delle spese di funzionamento risente dell'assoggettamento degli immobili di proprietà dell'Ente all'Imposta Municipale Propria di nuova istituzione.

PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE

FASI, SOGGETTI, TEMPI E RESPONSABILITÀ

La Camera di Commercio di Bari, in ottemperanza a quanto disposto dalla norma e al fine di garantire efficacia nel processo di gestione della performance, ha scelto di adottare come principale metodologia per la Misurazione e Valutazione della performance organizzativa la Balanced Scorecard. In termini operativi l'Ente Camerale ha realizzato una "mappa strategica" all'interno della quale sono stati rappresentati gli obiettivi strategici nelle diverse prospettive di analisi e il sistema di relazioni causa-effetto tra gli obiettivi che concorrono al processo di creazione del valore.

Per ciascuna prospettiva risultano così individuati:

- gli obiettivi: ciò che deve raggiungersi ed è critico per il successo;
- le misure: gli strumenti che verranno utilizzati per quantificare il raggiungimento di ciascun obiettivo;
- i bersagli: i valori-obiettivo delle misure;
- le iniziative: le azioni chiave e i programmi attuati al fine del raggiungimento degli obiettivi.

I risultati di Performance raggiunti sono stati misurati e valutati seguendo la medesima metodologia utilizzata per la stesura degli obiettivi strategici, garantendo trasparenza e chiarezza nel rapporto con gli interlocutori dell'Ente.

Il Piano delle Performance della CCIAA di Bari adottato per l'anno 2012 è articolato su 5 Aree/obiettivi strategici di intervento:

- 1) Rafforzare la governance istituzionale e politica sul territorio locale;
- 2) Favorire la qualità dei servizi e l'innovazione organizzativa;
- 3) Potenziare i servizi amministrativi e anagrafici;
- 4) Sostenere la competitività delle imprese;
- 5) Orientare la gestione camerale verso un modello di maggiore efficienza.

Per ciascuna Area strategica sono stati individuati specifici obiettivi operativi.

In relazione a suddetti obiettivi strategici ed operativi è stato sviluppato un sistema di reporting, così come evidenziato nell'albero della performance, che permette di evidenziare il livello di realizzazione degli obiettivi rispetto ai target prefissati.

PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA

L'attuazione del Ciclo di gestione della performance da parte della Camera di Commercio di Bari è a tutt'oggi in corso attraverso una serie di azioni finalizzate all'acquisizione e all'interiorizzazione di metodologie, le competenze e gli strumenti necessari, utilizzando e valorizzando al contempo le professionalità operanti nell'Ente tenendo conto:

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

Questa rendicontazione ha l'intento di poter rappresentare in modo sempre più trasparente i risultati conseguiti dall'Ente nello svolgimento dei propri compiti istituzionali.

Questa rendicontazione costituisce la premessa indispensabile per porre obiettivi sempre più sfidanti nel promuovere e sostenere gli interessi generali delle imprese della Terra di Bari.

PARI OPPORTUNITÀ

COMITATO IMPRENDITORIALE FEMMINILE

Le Camere di Commercio di Bari aderendo al Protocollo d'Intesa siglato nel maggio del '99, e rinnovato nel 2003, tra il Ministero dell'Industria e Unioncamere nazionale, si sono impegnate a costituire i Comitati per la Promozione dell'Imprenditorialità Femminile, istituzioni aventi il compito di contribuire a diffondere e valorizzare la cultura imprenditoriale femminile, promuovendone anche una più consapevole partecipazione alle problematiche relative lo sviluppo economico locale.

Ogni Comitato può:

- a) proporre suggerimenti nell'ambito della programmazione delle attività camerali, che riguardino lo sviluppo e la qualificazione della presenza delle donne nel mondo dell'imprenditoria;
- b) promuovere indagini conoscitive sulla realtà imprenditoriale locale, anche con studi di settore, per individuare le opportunità di accesso e di promozione delle donne nel mondo del lavoro e dell'imprenditoria in particolare;
- c) promuovere iniziative per lo sviluppo dell'imprenditoria femminile, anche tramite specifiche attività di informazione, formazione imprenditoriale e professionale e servizi di assistenza manageriale mirata;
- d) attivare iniziative volte a facilitare l'accesso al credito anche promuovendo la stipula delle convenzioni previste nell'ambito del Progetto per l'accesso delle imprenditrici alle fonti di finanziamento.

LA TRASPARENZA

L'art. 11 del D. Lgs. n. 150 del 27.10.2009 ha introdotto nell'ordinamento una nuova nozione di "trasparenza", intesa come "accessibilità totale delle informazioni concernenti ogni aspetto dell'organizzazione, degli indicatori relativi agli andamenti gestionali e all'utilizzo delle risorse per il perseguimento delle funzioni istituzionali, dei risultati dell'attività di misurazione e valutazione allo scopo di favorire forme diffuse di controllo del rispetto dei principi di buon andamento ed imparzialità. Essa costituisce livello essenziale delle prestazioni erogate dalle amministrazioni pubbliche ai sensi dell'art. 117, comma 2, lett. m) della Costituzione".

Il principale modo di attuazione della trasparenza è rappresentato dalla pubblicazione di una serie di dati / informazioni sul sito istituzionale della Camera di Commercio .

La Camera ha adottato il piano triennale per la trasparenza e l'integrità concerne la pianificazione delle azioni volte ad adeguare l'articolazione delle informazioni istituzionali previste dalla normativa in materia attraverso il sito istituzionale camerale.

Tutte le informazioni sulla trasparenza sono pubblicate nell'apposita sezione denominata "Trasparenza" e nelle relative sottosezioni sul sito internet www.ba.camcom.it.