

P.I.R.A.

PIANO DEGLI **I**NDICATORI
E **R**ISULTATI **A**TTESI
DI BILANCIO

ANNO 2016

predisposto dalla Giunta Camerale con Deliberazione n. 152 dell'11.12.2015

Introduzione

PIANO DEGLI INDICATORI E DEI RISULTATI ATTESI DI BILANCIO - redatto in conformità alle Linee Guida generali definite con Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 18 settembre 2012

Il Piano degli Indicatori e dei Risultati Attesi di Bilancio (P.I.R.A.) - di cui all'articolo 19 del D.Lgs. 31.5.2011, n. 91 - si propone di illustrare gli obiettivi perseguiti attraverso i Programmi di spesa del Preventivo 2016, misurarne i risultati e monitorarne l'effettivo andamento in termini di servizi forniti e di interventi realizzati.

Per i Programma di spesa più significativi, tra quelli illustrati nella Tabella di raccordo, il Piano fornisce:

- a) un'illustrazione dello scenario istituzionale, socio-economico e normativo entro il quale si trova ad operare l'Ente Camerale;
- b) una descrizione sintetica relativa ai principali obiettivi da realizzare e delle attività che l'Amministrazione intende porre in essere per il conseguimento degli stessi;
- c) l'individuazione dei potenziali destinatari o beneficiari dei servizi o degli interventi;
- d) il triennio di riferimento o l'eventuale diverso arco temporale previsto per la sua realizzazione;
- e) gli indicatori che consentono di misurare ciascun obiettivo e di monitorarne la realizzazione;
- f) il Centro di responsabilità al quale è attribuita la realizzazione di ciascun obiettivo;
- g) le risorse finanziarie da utilizzare per la realizzazione di ciascun obiettivo.

Per ciascun indicatore, il Piano in esame fornisce:

1. la tipologia dell'indicatore utilizzata;
2. una definizione tecnica dell'indicatore che consente di specificare ciò che esso misura e l'unità di misura di riferimento;
3. la fonte dei dati dalla quale si ricavano le informazioni necessarie al calcolo dell'indicatore e che consente di verificarne la misurazione;
4. il metodo o l'algoritmo di calcolo dell'indicatore;
5. il "valore obiettivo" ossia il risultato atteso dell'indicatore con riferimento alla tempistica di realizzazione.

Il Piano per il 2016 tiene altresì conto degli indirizzi strategici approvati dall'Ente con la Relazione Previsionale e Programmatica 2016, confermando, anche per tale annualità, le principali *Linee guida per la redazione del Preventivo economico* impartite dal sistema per il 2015.

Tali indirizzi rendono opportuno non soffermarsi sui programmi di attività delle singole Aziende Speciali in una Sezione distinta del Piano, e privilegiare - nella stesura del documento - l'ottica della continuità delle attività ed iniziative già in corso, in considerazione delle criticità legate al taglio del 40% dei proventi da diritto annuale e dell'obiettivo di spesa di 70 milioni annui a favore dei Consorzi Fidi da parte del sistema delle Camere di Commercio, previsti anche per il prossimo anno (art. 1, comma 55, Legge 27.12.2013, n. 147).

Al presente Piano degli Indicatori e dei Risultati Attesi di Bilancio (P.I.R.A.) dovrà conformarsi, tenuto conto del diverso ambito di applicazione dei documenti, il Piano della Performance 2016 previsto dal D.Lgs. n. 150/2009.

MISSIONE cod. 011

“COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”

Funzione istituzionale “D” (Studio, Formazione, Informazione e Promozione economica)

di cui all'allegato A del D.p.r. n. 254/2005

con esclusione della parte relativa all'Attività ricadente nella Missione cod. 016

PROGRAMMA 005.2

**INCENTIVAZIONE
DEI SETTORI
IMPRENDITORIALI**

005.2.9

M.A.A.B.

**ANALISI
DI SCENARIO**

Il Mercato Agricolo Alimentare è la struttura avanzata per la valorizzazione e la distribuzione dei prodotti agroalimentari nella quale l'Ente camerale investe annualmente considerevoli risorse.

A cinque anni dalla consegna dell'infrastruttura, è quanto mai necessario e urgente procedere a un profondo ripensamento sulla direzione da imprimere al futuro del Mercato Agricolo Alimentare di Bari. Il vincolo che lo destina a mercato generale va rivisitato e aggiornato senza per questo motivo dover contravvenire alla regolamentazione comunitaria in tema di finanziamenti che ne ha permesso la realizzazione nell'ambito del PIT 3 alla misura 6.1, utilizzando fondi PIT destinati allo scopo.

In particolare, pur riservando una quota delle unità di esposizione-stoccaggio ai grossisti baresi, dovrà essere verificata la possibilità di includere nel lotto degli affittuari anche operatori dediti all'import-export dell'Area metropolitana di Bari. Questi operatori, particolarmente attivi sui mercati europei e internazionali, sono oggi più che mai interessati ad avere una vetrina per il loro campionario in un luogo decisamente più strategico rispetto alle loro piattaforme localizzate soprattutto nella conca del Sud-Est barese. D'altronde la stessa competenza territoriale della Camera di Commercio di Bari impone una ricognizione in tal senso da realizzarsi sempre e comunque in accordo con il Comune di

Bari, altro socio del Consorzio Mercato Agricolo Alimentare S.r.l..

Animare la struttura è oggi pertanto una priorità imprescindibile per l'Ente camerale. Un obiettivo da realizzare anche mediante l'allocazione presso il complesso di Mungivacca di strutture, uffici e unità operative dell'Ente e del sistema camerale particolarmente agri-oriented come, il Servizio Agricoltura, la Borsa Merci e il laboratorio chimico-merceologico Samer.

**OBIETTIVI
STRATEGICI**
005.2.9

Nel 2016 occorrerà concentrare ancora di più gli sforzi per rendere operativa la struttura secondo un modello gestionale che sia idoneo a rendere vantaggioso l'investimento dell'Ente. Ottica che potrebbe essere favorita dalla capitalizzazione della società, già prevista per il 2014 (attraverso lo stanziamento in Bilancio di euro 13.598.000,00) e riprogrammata nel 2015 nella misura di euro 12.804.000,00, per il pagamento degli oneri e indennità opere del primo Stralcio funzionale e per la definizione della procedura di assegnazione dei 16 box realizzati.

Per reiterare l'assunzione delle deleghe agli espropri in favore della società "MAAB s.r.l.", nel 2016 l'Ente dovrà provvedere al rinnovo della fideiussione all'uopo stipulata con la Banca Popolare di Bari in favore del Comune di Bari. La descritta operazione fideiussoria e' garantita integralmente dalla CCIAA di Bari mentre i relativi oneri resteranno a carico del MAAB.

**RISULTATI
ATTESI**

Capitalizzazione società per pagamento oneri e indennità opere Primo Stralcio funzionale e per definizione procedura assegnazione 16 box realizzati.

STAKEHOLDERS

Operatori del settore

**KPI
DI MONITORAGGIO
E VALUTAZIONE**

- 1) KPI 1.1.1** Importo oneri espropriativi aree utilizzate per opere Primo Stralcio funzionale (16 box realizzati) e oneri di urbanizzazione
- 2) KPI 1.1.2** Importo indennità di occupazione ed indennità per la reiterazione del vincolo su intera Area PIP
- 3) KPI 1.1.3** Definizione procedura assegnazione 16 box realizzati

**RISORSE
FINANZIARIE**

Euro 12.804.000,00

sul conto "Altre Partecipazioni" per la riprogrammazione all'esercizio 2016 della previsione di capitalizzazione della società controllata "MAAB Srl", già disposta dal Consiglio Camerale con deliberazione n. 4 del 31.07.2015 di approvazione dell'aggiornamento del Preventivo Economico 2015. L'operazione fa seguito a quanto deliberato dalla Giunta Camerale con provvedimento n. 199 del 19.12.2014 con cui esprimeva parere favorevole all'aumento del capitale sociale della "M.A.A.B. Srl" nei limiti del suindicato importo.

Le risorse saranno destinate alla copertura:

- 1) del costo degli oneri espropriativi relativi alle aree utilizzate per le opere costituenti il Primo Stralcio funzionale (16 box già realizzati) e per le opere di urbanizzazione;
- 2) del costo dell'indennità di occupazione e dell'indennità per la reiterazione del vincolo dovuto per l'occupazione dell'intera Area PIP, con eventuale restituzione ai proprietari dei suoli non più ritenuti necessari all'intervento;
- 3) del costo per la definizione della procedura di assegnazione dei 16 box realizzati.

**CENTRO DI
RESPONSABILITA'
AMMINISTRATIVA**

Settore Staff e Promozione - Segreteria Generale

Scheda di Programmazione Strategica OS 005.2.9

1) KPI 1.1.1

Importo oneri espropriativi aree utilizzate per opere Primo Stralcio funzionale (16 box realizzati) e oneri di urbanizzazione

Descrizione

Percentuale di utilizzo stanziamento per copertura costo degli oneri espropriativi e di urbanizzazione, legata a fattori esogeni

Tipologia

Indicatore di realizzazione finanziaria (CCIAA di Bari) e Indicatore di impatto Comune di Bari (outcome)

Algoritmo

Indicatore di realizzazione finanziaria $\Rightarrow \frac{\text{Risorse utilizzate}}{\text{Risorse stanziare}} \times 100$

Indicatore di impatto (outcome) \Rightarrow Tempi di rilascio delega:
 $\leq 30/09/2016$
 $> 30/09/2016$

Valore target dell'indicatore

40% ($\leq 30/09/2016$)

20% ($> 30/09/2016$)

Fonte dei dati

Rilevazione interna

Periodicità rilevazione

Annuale

2) KPI 1.1.2

Importo indennità di occupazione ed indennità per la reiterazione del vincolo su intera Area PIP

Descrizione

Percentuale di utilizzo stanziamento per copertura del costo dell'indennità di occupazione ed indennità per la reiterazione del vincolo su intera Area PIP, legata a fattori esogeni

Tipologia

Indicatore di realizzazione finanziaria (CCIAA di Bari) e Indicatore di impatto Comune di Bari (outcome)

Algoritmo

Indicatore di realizzazione finanziaria $\Rightarrow \frac{\text{Risorse utilizzate}}{\text{Risorse stanziare}} \times 100$

Indicatore di impatto (outcome) \Rightarrow Tempi di rilascio delega:
 $\leq 30/09/2016$
 $> 30/09/2016$

Valore target dell'indicatore

40% ($\leq 30/09/2016$)

20% ($> 30/09/2016$)

Fonte dei dati

Rilevazione interna

Periodicità rilevazione	Annuale
3) KPI 1.1.3	Definizione procedura assegnazione 16 box realizzati
Descrizione	Procedura ad evidenza pubblica per l'assegnazione dei 16 box, legata a fattori esogeni
Tipologia	Indicatore di realizzazione finanziaria (CCIAA di Bari) e Indicatore di impatto Comune di Bari (outcome)
Algoritmo	Indicatore di realizzazione finanziaria ⇒ Valore assoluto Indicatore di impatto (outcome) ⇒ Tempi di rilascio delega: ≤ 30/09/2016 > 30/09/2016
Valore target dell'indicatore	Entro 30/12/2016 (Indicatore di impatto ≤ 30/09/2016) Dopo 30/12/2016 (Indicatore di impatto > 30/09/2016)
Fonte dei dati	Rilevazione interna
Periodicità rilevazione	Annuale

MISSIONE cod. 016

“COMMERCIO INTERNAZIONALE

ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO”

Funzione istituzionale “D” (Studio, Formazione, Informazione e Promozione economica)

di cui all'allegato A del D.p.r. n. 254/2005

per la parte relativa all'attività di Sostegno all'internazionalizzazione delle imprese e promozione del Made in Italy

PROGRAMMA 005.7

SOSTEGNO

**ALL'INTERNAZIONA-
LIZZAZIONE DELLE
IMPRESE E
PROMOZIONE DEL
MADE IN ITALY**

005.7.7

FDL & BRAND

**ANALISI
DI SCENARIO**

Una maggiore riconoscibilità del *brand* territoriale richiede azioni integrate di promozione del territorio che siano in grado di evidenziarne all'esterno specificità e punti di forza.

Accanto alla promozione dell'offerta delle eccellenze locali - territorio, ospitalità ed accoglienza, arte e cultura, sistema fieristico/congressuale - occorre intercettare ed influenzare la domanda estera.

L'azione per la valorizzazione delle tipicità, infatti, deve necessariamente legarsi con la promozione della qualità e delle eccellenze del territorio, non solo per quanto riguarda l'enogastronomia, ma anche per le eccellenze storico-artistiche e culturali evidenziando altresì le eccellenze produttive, da valorizzare in un'ottica di marketing territoriale.

Le manifestazioni e rassegne per la valorizzazione delle eccellenze locali e le iniziative di animazione territoriale dovranno avere una valenza anche per il turismo enogastronomico e vedere il coordinamento tra Ente camerale, enti locali, associazioni e consorzi di produttori, associazioni ed Enti della filiera ed il coinvolgimento della rete distributiva territoriale.

Lo strumento strategico elettivo per la realizzazione

di questo programma nel 2016 è rappresentato dalla **nuova governance della Fiera del Levante di Bari** quale asset promozionale del Brand territoriale.

L'Ente collaborerà, altresì, con le Associazioni imprenditoriali e gli Enti locali per la valorizzazione di eventi o iniziative che possano avere ricadute importanti sul sistema turistico locale, attivando veri e propri processi di rigenerazione economica all'interno dei territori ospitanti.

**OBIETTIVI
STRATEGICI**
005.7.7

- Integrare, elettivamente attraverso la FdL di Bari, gli interventi di promozione dell'offerta delle eccellenze locali - territorio, ospitalità ed accoglienza, arte e cultura, sistema fieristico/congressuale - per una maggiore riconoscibilità del brand territoriale.

- Costituire, in cordata con le società "Bolognafiere S.p.A.", "Sogecos S.p.A" e "Ferrara Fiere Congressi Srl", la "NEWCO" per la valorizzazione, riqualificazione e gestione di talune aree del quartiere fieristico di proprietà dell'Ente Autonomo Fiera del Levante di Bari.

**RISULTATI
ATTESI**

Rilancio del *brand* territoriale e gestione di talune aree del quartiere fieristico

STAKEHOLDERS

Business community

**KPI
DI MONITORAGGIO
E VALUTAZIONE**

- 1) KPI 1.1.1 Numero azioni integrate di promozione del territorio
- 2) KPI 1.1.2 *Panel* eccellenze territoriali oggetto delle azioni integrate di promozione
- 3) KPI 1.1.3 Sviluppo temporale afflusso turistico in Terra di Bari
- 4) KPI 1.1.4 Valorizzazione, riqualificazione e gestione di talune aree del quartiere fieristico di proprietà dell'Ente Autonomo Fiera del Levante di Bari.

**RISORSE
FINANZIARIE**

Euro 2.000.000,00

sul conto "Partecipazioni Azionarie " relativi alla compartecipazione al capitale sociale della "Newco", da costituire per la valorizzazione, riqualificazione e gestione di talune aree del quartiere fieristico di proprietà dell'Ente Autonomo Fiera del Levante di Bari, come declinato nella manifestazione di interesse presentata dall'Ente camerale in cordata con le società "Bolognafiere S.p.A.", "Sogecos S.p.A" e "Ferrara Fiere Congressi Srl".

CENTRO DI

RESPONSABILITA' Settore Staff e Promozione - Segreteria Generale

AMMINISTRATIVA

Scheda di Programmazione Strategica OS 005.7.7

1) KPI 1.1.1

Numero azioni integrate di promozione del territorio

Descrizione

Quantità dell'offerta integrata di promozione del territorio

Tipologia

Indicatore di risultato (output)

Algoritmo

/

**Valore target
dell'indicatore**

1

Fonte dei dati

Rilevazione interna

**Periodicità
rilevazione**

Annuale

2) KPI 1.1.2

Panel eccellenze territoriali oggetto delle azioni integrate di promozione

Descrizione

Qualità dell'offerta integrata di eccellenze territoriali

Tipologia

Indicatore di risultato (output)

Algoritmo

/

Valore target dell'indicatore	Campione con almeno 2 eccellenze
Fonte dei dati	Rilevazione interna
Periodicità rilevazione	Annuale
3) KPI 1.1.3	Sviluppo temporale afflusso turistico in Terra di Bari
Descrizione	Ricadute turistiche sui territori ospitanti delle azioni integrate di valorizzazione delle tipicità ed eccellenze locali
Tipologia	Indicatore di risultato (output)
Algoritmo	$\frac{\text{Afflusso turistico anno 2016}}{\text{Afflusso turistico anno 2015}}$
Valore target dell'indicatore	> 1
Fonte dei dati	Rilevazione interna
Periodicità rilevazione	Annuale
4) KPI 1.1.4	Costituzione "Newco" (C.C.I.A.A. di Bari, "Bolognafiere S.p.A.", "Sogecos S.p.A", "Ferrara Fiere Congressi Srl")
Descrizione	Valorizzazione, riqualificazione e gestione di talune aree del quartiere fieristico attraverso la "NEWCO"
Tipologia	Indicatore di risultato (output)
Algoritmo	/
Valore target dell'indicatore	1
Fonte dei dati	Rilevazione interna
Periodicità	Annuale

MISSIONE cod. 032

“SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE”

Funzioni istituzionali “A” (Organi istituzionali e Segreteria Generale) e “B” (Servizi di supporto)

di cui all'allegato A del D.p.r. n. 254/2005

**PROGRAMMA 004.1
SERVIZI GENERALI,
FORMATIVI ED
APPROVVIGIONA-
MENTI PER LE
AMMINISTRAZIONI
PUBBLICHE**

**004.1.9
PIANO ANNUALE 2016
OPERE RELATIVE AGLI IMMOBILI CAMERALI**

**ANALISI
DI SCENARIO**

Con Deliberazione della Giunta camerale n. 125 del 13.10.2015 è stato approvato il Programma triennale 2016-2018 ed il Piano Annuale 2016 delle opere relative agli immobili camerali ai sensi della normativa vigente.

Tale provvedimento è oggetto di considerazione, nel presente documento di programmazione, limitatamente ai lavori più significativi pianificati dall'Ente per l'anno 2016, come di seguito schematicamente riportati:

OPERE	
1)	Lavori di manutenzione per il restauro facciate Palazzo Camerale
2)	Riorganizzazione Salone Palazzo Camerale
3)	Globale Service e servizi di manutenzione straordinaria sedi camerali

Le suddette opere saranno realizzate nel rispetto dei vincoli di Bilancio stabiliti dalla vigente normativa in materia di finanza pubblica.

**OBIETTIVI
STRATEGICI
004.1.9**

- 1) **Evitare il degrado del Palazzo** camerale costituente bene storico vincolato
- 2) **Riorganizzare il front-office** in considerazione

della minore affluenza dell'utenza agli Sportelli conseguente alle innovazioni introdotte dal Codice dell'Amministrazione Digitale

3) Assicurare una corretta gestione immobili camerale

**RISULTATI
ATTESI**

Economie nella gestione dei servizi ed immobili camerale

STAKEHOLDERS

Business Community

**KPI
DI MONITORAGGIO
E VALUTAZIONE**

1) KPI 1.1.1

Avanzamento spesa

1) KPI 1.1.2

Oneri complessivi di gestione servizi camerale

**RISORSE
FINANZIARIE**

OPERA	IMPORTO STIMATO	2016	2017	2018
1) Lavori di manutenzione per il restauro facciate Palazzo Camerale	1.000.000,00	40%	40%	20%
2) Riorganizzazione Salone Palazzo Camerale	400.000,00	100%	-	-
3) Globale Service e servizi di manutenzione straordinaria sedi camerale	1.405.374,00	54,5%	45,5%	-

**CENTRO DI
RESPONSABILITA'
AMMINISTRATIVA**

Settore Gestione Finanziaria, Provveditorato e Personale

Scheda di Programmazione Strategica OS 004.1.9

1) KPI 1.1.1

Avanzamento spesa

Descrizione

Percentuale di utilizzo del Budget previsto

Tipologia

Indicatore di realizzazione finanziaria

Algoritmo

$\frac{\text{Risorse utilizzate nell'anno 2016}}{\text{Risorse stanziare per l'anno 2016}} \times 100$

Valore target dell'indicatore

60%

Fonte dei dati

Rilevazione interna

Periodicità rilevazione

Annuale

2) KPI 1.1.2

Oneri complessivi di gestione servizi camerali

Descrizione

Percentuale di riduzione oneri gestione servizi

Tipologia

Indicatore di realizzazione finanziaria

Algoritmo

$\frac{\text{Oneri complessivi gestione servizi anno 2016}}{\text{Oneri complessivi gestione servizi anno 2015}}$

Valore target dell'indicatore

<1

Fonte dei dati

Rilevazione interna

Periodicità rilevazione

Annuale (su di un arco temporale triennale)

