



**Relazione sulla Performance**  
**2011**

## SOMMARIO

PRESENTAZIONE DELLA RELAZIONE

SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI STAKEHOLDERS

CONTESTO ESTERNO DI RIFERIMENTO

- > LA PUGLIA E BARI-BAT
- > LE IMPRESE DI TERRA DI BARI NELL'ANNO 2011
- > 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 2011

- > 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 CONTESTO ESTERNO

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 2011 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. L'anno 2011 è stato un anno di transizione che ha visto il rinnovo degli Organi camerali. Il Piano della Performance è stato redatto in base ai documenti programmatici preesistenti con particolare riferimento alla Relazione Previsionale e Programmatica 2011.

Questa prima sperimentazione del Piano della performance 2011-2013 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

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

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

# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

## B A R I

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 presumibilmente 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).

### **LA PUGLIA E BARI-BAT**

L'area, delle province di Bari e BAT, risulta fortemente dinamica ed ha nell'internazionalizzazione delle sue imprese un elemento particolarmente virtuoso sia comparato con il dato della Puglia sia rispetto alla media nazionale. Il marcato orientamento verso i mercati esteri appare fortemente trainato dalle brillanti performance delle imprese di media e grande dimensione dell'area. L'intervallo di tempo tra il 2008 e il 2009, segnato dal radicalizzarsi degli effetti della crisi economica, vede una contrazione generalizzata su tutto il territorio italiano delle Innovazioni di prodotto principale e degli investimenti in Ricerca e Sviluppo. Le province di Bari e BAT mostrano, anche in questo ambito, di avere un sistema produttivo solido che riesce a limitare l'allontanamento dai percorsi più virtuosi presentando contrazioni sistematicamente inferiori al dato regionale, ma anche a quello nazionale. La ripresa che si riscontra nel 2011, ancora una volta trainata dalla grande impresa dell'area, presenta una tale intensità da superare il dato nazionale e, nel caso degli investimenti in Ricerca, anche quello riscontrato nel 2008 prima dello scoppio della crisi economica. Sul fronte della lunghezza delle reti l'area presenta un forte orientamento verso forme di reti nazionali che superano il corrispettivo dato regionale e nazionale, mentre si riscontra un leggero

# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

## B A R I

gap rispetto alle reti più lunghe che, nonostante le ottime concentrazioni riscontrate per la grande impresa, non raggiungono il dato regionale.

Per quanto riguarda i vincoli finanziari occorre sottolineare come l'ultimo biennio abbia portato una riduzione dell'indebitamento complessivo delle imprese italiane e, in misura leggermente superiore, di quelle pugliesi. Quando tale contrazione viene ripartita tra le imprese che presentano o meno un certo livello di esposizione finanziaria nel 2008, emerge come le uniche imprese che hanno mostrato un rientro dell'esposizione netta, seppur non particolarmente marcato, siano state proprio quelle relativamente più esposte nel 2008.

Inoltre il passaggio dal 2009 al 2011 ha portato un incremento del numero di imprese che dichiara un razionamento del credito per finanziare progetti rischiosi come quelli di Ricerca sia in Italia (+10%) sia, con ancora più enfasi, in Puglia (+16%). L'analisi mostra una chiara relazione tra il tasso di riduzione della leva finanziaria e la propensione a intraprendere strategie dinamiche di crescita.

La maggior parte delle imprese che svolge R&S, che ha effettuato investimenti, innovazioni di prodotto e che è attiva sui mercati internazionali ha subito in media una riduzione sistematicamente più accentuata dell'indebitamento. Sembrerebbe, quindi, che le imprese che svolgono R&S e le imprese che mettono in atto forme di internazionalizzazione complessa siano associate a un maggior grado di razionamento finanziario che in Puglia appare ancora più significativo rispetto a quello che si riscontra mediamente sul territorio nazionale.

### **LE IMPRESE DI TERRA DI BARI NELL'ANNO 2011**

A fine 2011 le imprese registrate in provincia di Bari risultavano 153.430, evidenziando un leggero calo (-0,87%) rispetto al 2010 (imprese registrate 154.781). Nell'anno 2011 il saldo tra imprese iscritte (9.639) e cessate (11.270) è stato negativo, per un valore di 1.631 unità, con una riduzione del numero delle iscrizioni rispetto al 2010 (10.428) del 7,6%, ed un aumento del numero delle cessazioni di attività dello 0,93%. Le imprese attive registrate ammontano complessivamente a 133.396.

I settori produttivi in cui si concentrano maggiormente le imprese iscritte al Registro delle Imprese della Camera di Commercio di Bari alla fine del 2011 sono per il 31,54% (42.073) il settore del commercio, per il 21,29 % (28.400) l'agricoltura e pesca e per il 9,9% l'attività manifatturiera (13.207).

Il tasso di natalità più alto nel 2011 è stato registrato nel settore dei servizi alle imprese (+2,6%). Al contrario il tasso di mortalità più alto è stato registrato nel settore dell'agricoltura e pesca (-4,4%).

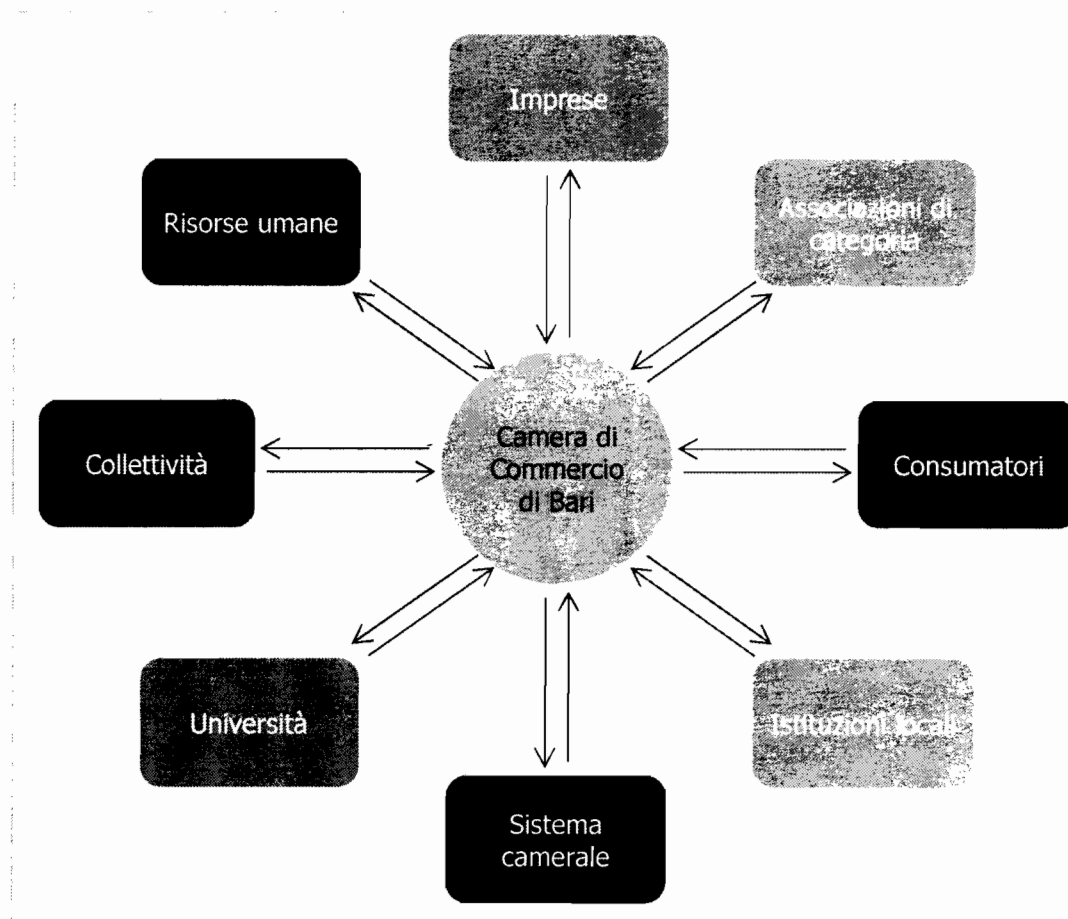
### ***Gli stakeholders***

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.

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

## 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;



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

- > 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.

# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

## B A R I

**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.

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

## Le partecipazioni della Camera di Commercio di Bari

Per l'ANNO 2011:

<b>PARTECIPAZIONI IN IMPRESE COLLEGATE</b>		
SOCIETÀ	QUOTA DI PARTECIPAZIONE	VALORE ANNO 2011 (€)
PRO.ME.M SUD EST SPA	37,03%	96.331
C.S.A. CONSORZIO SERVIZI AVANZATI SCPA	21,78%	271.317
MODA MEDITERRANEA SPA	21,06	0
<b>TOTALE</b>		<b>367.648</b>

<b>PARTECIPAZIONI IN IMPRESE CONTROLLATE</b>		
SOCIETÀ	QUOTA DI PARTECIPAZIONE	VALORE ANNO 2011 (€)
MERCATO AGRICOLO ALIMENTARE DI BARI SCRL	85,36%	15.125.844
<b>TOTALE</b>		<b>15.125.844</b>

<b>ALTRE PARTECIPAZIONI</b>		
SOCIETÀ	QUOTA PARTECIPAZIONE	VALORE 2011 CONTABILE (€)
<b>SOCIETÀ E ORGANISMI DEL SISTEMA CAMERALE</b>		
INFOCAMERE SCPA	0,50%	132.019
TECNO HOLDING SPA	0,36%	610.584
BORSA MERCI TELEMATICA ITALIANA SPA	0,01%	1.880
TECNOBORSA SCPA ROMA	0,55%	4.516
TECNOSERVICECAMERE SCPA	0,19%	4.557
ISNART S.C.P.A.	0,20%	2.000
RETECAMERE SCRL	0,18%	2.804
ECOCERVED SCRL	1,78%	50.000
UNIONTRASPORTI SCRL	0,86%	7.500
JOB CAMERE S.R.L.	0,3%	2.540
IC OUTSOURCING SCRL	0,30%	1.127
UNIVERSITAS MERCATORUM SCRL	0,77%	5.200
<b>ALTRE SOCIETÀ</b>		
AEROPORTI DI PUGLIA SPA	0,05%	6.935
MPS BANCA IMPRESA SPA		98
INTERPORTO REGIONALE DELLA PUGLIA SPA	0,18%	11.839
PATTO TERRITORIALE AREA METROPOLITANA BARI (in liquidazione)	3,40%	6.915
CENTRO LASER SCRL	3,29%	24.804
PATTO TERRITORIALE POLIS SUD EST BARESE SRL	4,98%	7.794
IG STUDENTS SRL ROMA (in liquidazione)	2,5%	269
BARI PORTO MEDITERRANEO SRL (in scioglimento)	5,0%	79.654
TERRA DEI TRULLI E DI BARSENTO SCRL	12,32%	3.796
MURGIA PIÙ SCRL	12,57%	15.302
CONSORZIO PER LO SVILUPPO DELL'AREA CONCA BARESE SCRL	7,50%	13.404
GRUPPO D'AZIONE COSTIERA DEGLI ULIVI SCRL	5,00	1.500

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

## CONFERIMENTO DI CAPITALI IN ORGANISMI NON SOCIETARI

SOCIETÀ	VALORE ANNO 2011 (€)
E.A. FIERA DEL LEVANTE	6.447.481
CONSORZIO CAMERALE PER IL CREDITO E LA FINANZA	26.854
ASSOCIAZIONE MURGIA SVILUPPO	103
CONSORZIO OLIO DOP TERRA DI BARI	5.165
CONSORZIO A.S.I.	62.089
<b>TOTALE</b>	<b>6.541.692</b>

## > CONTESTO INTERNO

### Il personale della Camera di Commercio di Bari

#### Composizione del personale per ruolo

	2009*	2010*	2011
Segretario generale	1	1	0
Dirigenti	5	4	3
D	50	48	48
C	110	106	104
B	12	12	13
A	5	5	5
<b>TOTALE</b>	<b>183</b>	<b>176</b>	<b>173</b>

\*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	<b>189</b>
2009	4	18	45	5	59	26	17	7	2	<b>183</b>
2010	1	18	45	4	56	27	17	6	2	<b>176</b>
2011	5	17	44	5	43	39	16	3	1	<b>173</b>

#### 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	<b>189</b>
2009	0	1	21	50	29	34	29	17	2	<b>183</b>
2010	0	1	11	49	30	37	29	16	3	<b>176</b>
2011	1	2	7	46	36	36	28	16	1	<b>173</b>

#### 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
2009		24	84	0	34	41
2010		23	80	0	32	41
2011		14	84	0	37	38

# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

## B A R I

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

\* Dato riferito all'anno solare

**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

# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

## B A R I

Composizione del Consiglio della Camera di commercio di Bari	
Componenti	Settore
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

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

*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

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

**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.

Per l'Anno 2011

<b>I Dirigenti della Camera di commercio di Bari</b>	
Segretario generale	Roberto MAJORANO Raffaele VASTANO (facente funzioni dal 6/8/2011)
Settore gestione risorse umane, studi e rapporti Enti istituzionali	Raffaele Vastano
Settore gestione delle risorse e del patrimonio	Raffaele Vastano <i>ad interim</i>
Settore legale, sede 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	Paolo Kruger fino al 30/11/2011 Raffaele VASTANO (facente funzioni dal 1/12/2011)



### **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.

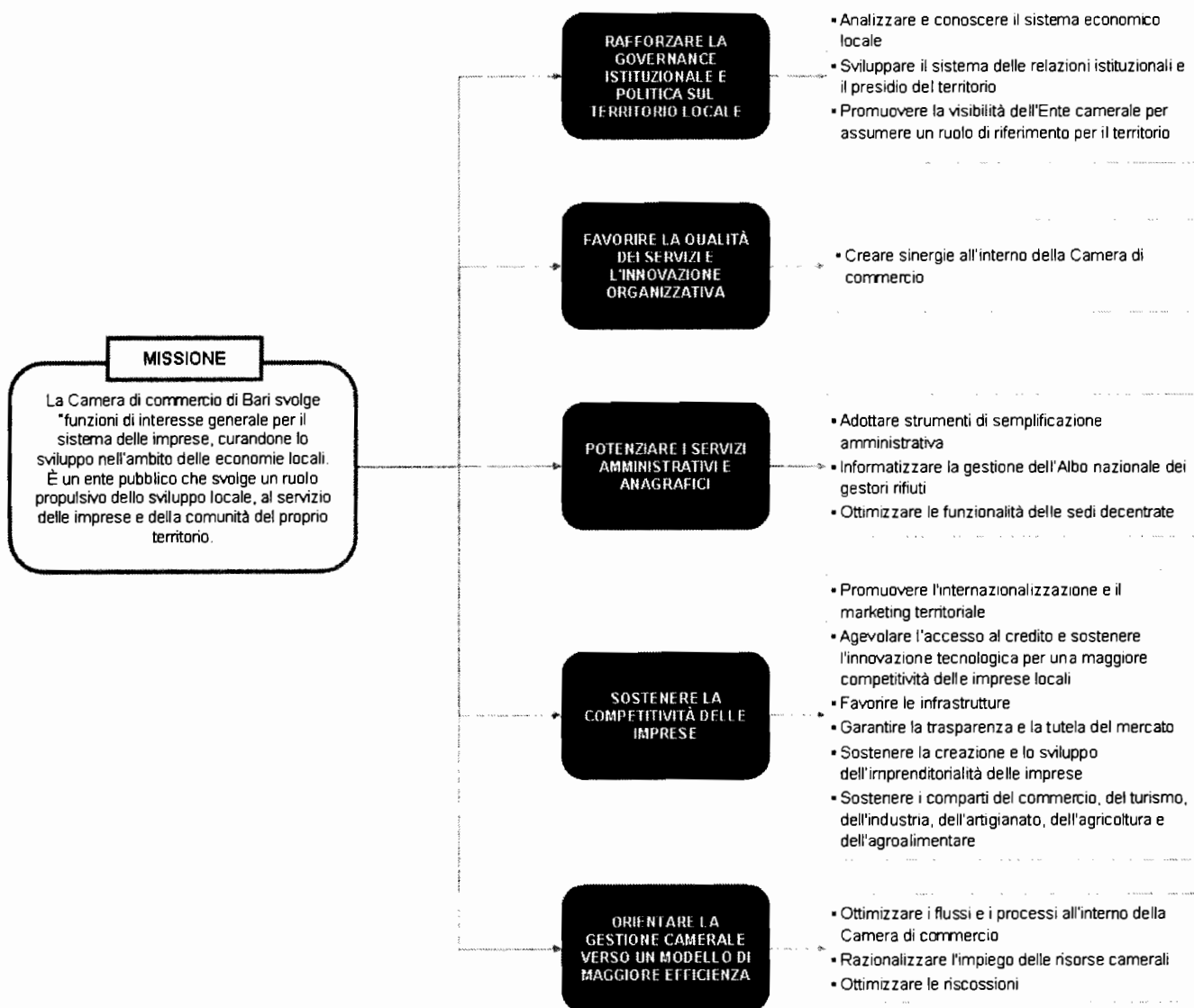
Questa prima sperimentazione del Piano della Performance 2011-2013 segue la logica di un approccio graduale al Ciclo di gestione della performance da parte dell'Ente camerale, poiché l'adeguamento al Decreto 150/2009 richiede una progressiva ridefinizione delle logiche organizzative e gestionali, a tutt'oggi 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 e riportati nel Piano della Performance adottato con riferimento all'anno 2011.

## OBIETTIVI STRATEGICI ED OBIETTIVI OPERATIVI PER IL PERIODO 2011-2013

### ALBERO DELLA PERFORMANCE



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

## RISULTATI RAGGIUNTI 2011

### 1. RAFFORZARE LA GOVERNANCE ISTITUZIONALE E POLITICA SUL TERRITORIO LOCALE

		Descrizione obiettivo	Descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	Realizzazione
1		<b>Obiettivo strategico</b>	<b>Rafforzare la governance Istituzionale e politica sul territorio locale</b>	<b>100,00%</b>			<b>100%</b>
1		<b>Incremento delle indagini, studi, approfondimenti e analisi sul sistema economico locale</b>	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	>1	100%
1		<b>Incremento delle iniziative promosse in collaborazione con Enti, Associazioni e altre Istituzioni territoriali</b>	N. iniziative realizzate nel periodo T/N. iniziative realizzate nel periodo T-1	25,00%	1,15	>1	100%
1		<b>N. iniziative e informative a sostegno della diffusione della conoscenza per favorire la crescita delle imprese</b>	N. iniziative specifiche e di comunicazioni a favore delle imprese	25,00%	150	12	100%
1		<b>Livello di partecipazione alle iniziative di Sistema camerale</b>	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%	5	>1	100%

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

			Descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	Realizzazione
1	1		<b>Obiettivo operativo</b>	<b>100,00%</b>			<b>100%</b>
			<b>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.</b>				
1	1	A	Realizzazione di analisi, studi, ricerche e approfondimenti sulle dinamiche economiche della Terra di Bari	50,00%	15	4	100%
1	1	B	Iniziativa diretta a migliorare il know-how delle imprese locali attraverso appositi strumenti di comunicazione e informazione istituzionale	50,00%	36	24	100%
1	2		<b>Obiettivo operativo</b>	<b>100,00%</b>			<b>100%</b>
			<b>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.</b>				
1	2	A	Iniziativa in collaborazione con le Associazioni imprenditoriali di categoria e le Istituzioni locali	50,00%	24	6	100%
1	2	B	Collaborazioni con il mondo accademico per favorire il più ampio confronto e dibattito all'interno e all'esterno dell'Ente	50,00%	6	6	100%
1	3		<b>Obiettivo operativo</b>	<b>100,00%</b>			<b>98,6%</b>
			<b>Promuovere la visibilità dell'Ente camerale per assumere un ruolo di riferimento per il territorio</b>				
1	3	A	Incrementare l'interazione con il mondo imprenditoriale	10,00%	10	6	100%
1	3	A	Incrementare l'interazione con il mondo imprenditoriale	10,00%	413	250	100%
1	3	B	Migliorare la comunicazione esterna	10,00%	0,86	>1	86%
1	3	B	Migliorare la comunicazione esterna	10,00%	1,25	>1	100%
1	3	C	Rendere il sito web istituzionale più fruibile e accessibile -	20,00%	310.204	250.000	100%
1	3	D	Adottare strumenti di comunicazione personalizzata quale modalità di contatto diretto con le imprese	20,00%	1,2	>1	100%
1	3	E	Attivazione e gestione dell'Albo on line, in attuazione della normativa vigente	20,00%	13.567	2.500	100%

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

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

			Obiettivo	descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	Realizzazione
2			<b>Obiettivo strategico</b>	<b>Favorire la qualità dei servizi e l'innovazione organizzativa</b>	<b>100,00%</b>			<b>100%</b>
2			Livello di sviluppo del progetto "Ciclo di gestione della performance"	Stato di avanzamento del progetto "Ciclo di gestione della performance"	25,00%	70%	50%	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%	1,6	>1	100%
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%	0,93	< 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%	1,3	>1	100%

			Obiettivo	descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	Realizzazione
2	1		<b>Obiettivo operativo</b>	<b>Creare sinergie all'interno della Camera di commercio</b>	<b>100,00%</b>			<b>100%</b>
2	1	A	Monitorare e verificare l'accessibilità ai servizi	N. servizi offerti telematicamente / N. totale dei servizi offerti dalla Camera	25,00%	70%	50%	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%	5	>=1	100%

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

## 3. POTENZIARE I SERVIZI AMMINISTRATIVI E ANAGRAFICI

	Obiettivo	Descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	Realizzazione
3	<b>Obiettivo strategico</b>	<b>Potenziare i servizi amministrativi e anagrafici</b>	<b>100,00%</b>			<b>100%</b>
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	25,00%	55%	50%	100%
3	Contenimento delle spese postali	Spese postali sostenute nel periodo T / Spese postali sostenute nel periodo T-1	25,00%	0,96	< 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	25,00%	0,31	< 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	25,00%	>2	2%	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	n.d.	n.d.	-	-
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	n.d.	n.d.	-	-

# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

## B A R I

				Descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	Realizzazione
3	1		<b>Obiettivo operativo</b>	<b>Adottare strumenti di semplificazione amministrativa</b>	<b>100,00%</b>			<b>100%</b>
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%	35%	30%	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%	75%	50%	100%
3	1	B	Migliorare e modernizzare la banca dati del Registro delle imprese -	Posizioni cancellate / Posizioni da cancellare	12,50%	118%	30%	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%	2,22	>1	100%
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%	6	6	100%
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	10	100%
3	2		<b>Obiettivo operativo</b>	<b>Informatizzare la gestione dell'Albo nazionale dei gestori rifiuti</b>	<b>100,00%</b>			<b>100%</b>
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%	3	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%	129	100	100%
3	2	B	Messa a regime del SISTRI	N. dispositivi consegnati alle imprese / N. dispositivi assegnati alla Camera di commercio	50,00%	85,40%	80%	100%
3	3		<b>Obiettivo operativo</b>	<b>Ottimizzare le funzionalità delle sedi decentrate</b>	<b>100,00%</b>			<b>100%</b>
3	3		Estendere alle sedi decentrate il rilascio dei certificati d'origine	Messa in esercizio del rilascio certificati di origine merci per le sedi decentrate	100,00%	25/5/11	31/12/11	100%

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

## 4. SOSTENERE LA COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

			Descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	Realizzazione
4			<b>Obiettivo strategico</b>	<b>100,00%</b>			<b>100%</b>
4			Livello di coinvolgimento delle imprese nelle iniziative di internazionalizzazione	25,00%	1,04	>1	100%
4			Livello di partecipazione delle imprese alle iniziative formative/informative promosse dalla Camera di commercio	25,00%	1,3	>=1	100%
4			Variazione delle iniziative a sostegno dello sviluppo tecnologico e infrastrutturale	25,00%	1,06	>1	100%
4			Iniziative a sostegno dei prodotti tipici	25,00%	1,25	>=1	100%
4			Incremento delle conciliazioni gestite	n.d.		-	n.d.

			Descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	Realizzazione
4	1		<b>Obiettivo operativo</b>	<b>100,00%</b>			<b>100%</b>
4	1	A	Offerta integrata di servizi, promozionali e di assistenza, per sostenere e accompagnare le imprese nelle percorsi di internazionalizzazione (concessioni di contributi per la partecipazione a fiere nazionali e internazionali, incontri b2b, accompagnamento nel mercato estero)	16,66%	1,17	>1	100%
4	1	A	Offerta integrata di servizi, promozionali e di assistenza, per sostenere e accompagnare le imprese nelle percorsi di internazionalizzazione (concessioni di contributi per la partecipazione a fiere nazionali e internazionali, incontri b2b, accompagnamento nel mercato estero)	16,66%	313	>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	16,66%	5	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	16,66%	313	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	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	16,66%	267	200	100%



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

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	<= 15 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%	2	>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	16,66%	52	>25	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	Termine entro il quale ottenere l'accreditamento per la camera arbitrale	16,66%	17/10/11	31/12/11	100%
4	4	B	Potenziamento delle attività ispettive e di vigilanza	N. verifiche effettuate su strumenti metrici	11,11%	2.828	1.500	100%
4	4	B	Potenziamento delle attività ispettive e di vigilanza	N. di ispezioni realizzate	11,11%	1.410	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%	2.093	1.900	100%
4	4	C	Garantire la trasparenza del mercato	N. incontri della commissione per aggiornamento raccolta usi e consuetudini	11,11%	13	12	100%
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%

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

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%	320	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%	413	150	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%	0,7	>1	100%
4	6	Obiettivo operativo	Sostenere i comparti del commercio, del turismo, dell'industria, dell'artigianato, dell'agricoltura e dell'agroalimentare	100,00%			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. eventi di promozione turistica realizzati nel tempo T	10,00%	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	10,00%	> 300	300	100%
4	6	B	Creare sinergie tra le imprese dei sistemi produttivi locali	N. eventi promozionali a sostegno delle imprese	20,00%	14	12	100%
4	6	C	Valorizzare le produzioni artigianali e le tradizioni produttive	N. imprese partecipanti alle mostre dell'artigianato	10,00%	106	100	100%
4	6	C	Valorizzare le produzioni artigianali e le tradizioni produttive	N. eventi realizzati in favore dell'artigianato	10,00%	9	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	4,00%	1,3	>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	4,00%	1,25	>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	4,00%	1,08	>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	4,00%	1,37	>1	100%
4	6	D	Promuovere e tutelare i prodotti di eccellenza -	N. Panel test effettuati/ N. Panel test effettuati nell'anno T- 1	4,00%	1,24	>1	100%

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

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

			descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	Realizzazione
5			<b>Obiettivo strategico</b> Orientare la gestione camerale verso un modello di maggiore efficienza	100,00%			100%
5			Livello di contenimento spese di funzionamento	100,00%	0,98	<1	100%
5			Tasso di morosità delle riscossioni	n.d.	n.d.	-	-

			descrizione	Peso	Valore ottenuto	Target	Realizzazione
5	1		<b>Obiettivo operativo</b> 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	100,00%	n.d.	>=1	100%
5	2		<b>Obiettivo operativo</b> Razionalizzare l'impiego delle risorse camerale	100,00%			100%
5	2	A	Raggiungimento degli obiettivi dell'ente in termine budget direzionale	25,00%	93,19%	80%	100%
5	2	B	Diffusione di una cultura organizzativa basata sulla misurazione dei risultati e sull'efficacia della gestione	25,00%	32	30	100%
5	2	C	Valorizzazione delle partnership di sistema nelle forniture e nella gestione contrattuale	25,00%	0,98	<1	100%
5	2	D	Razionalizzazione delle spese legali	25,00%	88%	70%	100%
5	3		<b>Obiettivo operativo</b> Ottimizzare le riscossioni	100,00%			93%
5	3	A	Migliorare la riscossione del diritto annuale	50,00%	0,85	>1	85%
5	3	B	Postalizzazione del pagamento dei diritti gestori di rifiuti	50,00%	06/06/11	31/12/11	100%

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

## OBIETTIVI INDIVIDUALI

Nel Piano della Performance 2011 – 2013 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 2011, Bilancio Preventivo 2011 e suo aggiornamento).

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

## RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITA'

### I dati economico-contabili

	2009 [Consuntivo]	2010 [Consuntivo]	2011 [Consuntivo]
Diritto annuale	31.679.080,34	38.070.344,5	32.234.698,54
Diritti di segreteria	5.574.651,5	5.978.482,08	5.600.465,35
Contributi, trasferimenti e altre entrate	1.996.493,39	2.273.608,83	2.224.439,10
Proventi gestione beni e servizi	412.191,22	486.305,47	462.240,70
Variazione rimanenze	- 74.775,45	-13.988,23	- 20.000,00
<b>TOTALE</b>	<b>39.587.641,00</b>	<b>46.794.752,65</b>	<b>40.494.363,68</b>

NEL CORSO DEL 2010 IL DIRITTO ANNUALE HA SUBITO UN INCREMENTO SIGNIFICATIVO PER L'EFFETTO DELL'EMISSIONE DI DUE RUOLI SUPPLETTIVI

<b>Oneri correnti</b>			
	2009 [Consuntivo]	2010 [Consuntivo]	2011 [Consuntivo]
Personale	9.919.002,33	9.820.525,14	9.298.254,80
Funzionamento	8.137.894,72	8.494.271,61	8.338.852,63
Interventi economici	5.200.323,25	6.402.915,94	7.668.447,28
Ammortamenti e accantonamenti	13.652.698,41	18.327.534,96	12.516.500,97
<b>TOTALE</b>	<b>36.909.918,71</b>	<b>43.045.247,65</b>	<b>37.822.055,68</b>

Si rileva la riduzione diffusa delle Entrate con riferimento al voci: Diritto annuale, Diritti di segreteria, Contributi, trasferimenti e altre entrate e Proventi gestione beni e servizi.

Per gli impieghi si registra la riduzione delle spese del personale, degli oneri di funzionamento. Gli interventi economici riportano, invece, un sostanziale incremento nella misura di € 1.265.531,34 pari al 19,76% rispetto all'anno 2010.

### IL 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.

La CCIAA di Bari nel 2011 ha disegnato la propria azione 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.

Il 2011 è stato l'anno in cui gradualmente è stato adottato il Ciclo di gestione della performance, e questa è la prima rendicontazione prodotta in tal senso, con l'intento di poter rappresentare in

# Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

## B A R I

modo sempre più trasparente i risultati conseguiti dall'Ente nello svolgimento dei propri compiti istituzionali.

Questa prima 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. Fin dal 2009 è stata introdotta sul sito internet una specifica sezione "Operazione trasparenza" ora denominata "Trasparenza" aggiornata via via con i contenuti richiesti dalla normativa con specifiche *sotto-sezioni*.

Tutte le informazioni sulla trasparenza, come detto, sono presenti sul sito internet [www.ba.camcom.it](http://www.ba.camcom.it).