



AZIENDA SPECIALE
DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI TARANTO

BILANCIO DI ESERCIZIO 2016

2. Le attività

*Approvato dal Consiglio di Amministrazione del
21.04.2017*

2. Le attività.

Attività anno 2016

Sezione 1 ATTIVITÀ ISTITUZIONALI DI COMPETENZA DELL'AREA ECONOMICO – PROMOZIONALE DI TIPO COMMERCIALE DELEGATE ALL'AZIENDA SPECIALE SUBFOR	Sezione 2 INTERVENTI DI PROMOZIONE DEL TERRITORIO – RESPONSABILE OPERATIVO AZIENDA SPECIALE SUBFOR COME DA RELAZIONE PROGRAMMATICA E PREVISIONALE 2016 DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI TARANTO	Sezione 3 – A) 5) ATTIVITÀ ISTITUZIONALI DI COMPETENZA DELL'AREA ECONOMICO – PROMOZIONALE DI TIPO NON COMMERCIALE DELEGATE ALL'AZIENDA SPECIALE SUBFOR
<p>A) 1) a) Autorità pubblica di controllo D.O. – I.G. - DOP</p> <p>A) 1) b) Le Camere di commercio per lo sviluppo delle competenze digitali</p> <p>A) 1) c) Servizi di sostegno allo start-up</p> <p>A) 1) d) Crescere imprenditori</p> <p>A) 1) e) Conciliazione - Camera arbitrale - Servizio di mediazione</p>	<p>A) 2) a) Valorizzazione delle eccellenze</p> <p>A) 2) b) Responsabilità sociale d'impresa e Terzo settore</p> <p>A) 2) c) Centro analisi e studi</p> <p>A) 2) d) Comunicazione istituzionale</p> <p>Altri obiettivi: <i>Internazionalizzazione del sistema imprenditoriale</i></p> <p><i>Suap camerale</i></p> <p><i>Operatività dell'Agenzia di sviluppo</i></p> <p><i>Start up</i></p> <p><i>DUC – Distretto Urbano del Commercio</i></p> <p><i>Qualificare e promuovere l'offerta turistica territoriale</i></p>	<p>Centro di documentazione</p> <p>Ufficio provinciale di statistica</p> <p>Ufficio prezzi</p> <p>Sportello al consumatore</p> <p>Settimana Nazionale della Conciliazione 2016</p> <p>Sportello informazioni su leggi di finanziamento ed agevolazioni per le imprese (FILO)</p> <p>Sportello per la internazionalizzazione</p> <p>Fiere programma Unioncamere Puglia</p> <p>Ufficio Brevetti e Marchi</p> <p>Sito WEB della Camera di commercio</p> <p>Attività di comunicazione</p> <p>U.R.P. – Ufficio relazioni con il pubblico della Camera di commercio.</p> <p>Segreteria amministrativo-contabile Agromed s.r.l. Società Benefit</p> <p>Patti territoriali</p> <p>Fondazione Taranto e la Magna Grecia – Agenzia di sviluppo Terra Jonica</p> <p>Attività a supporto delle altre Aree amministrative della Camera di commercio</p>

Per l'esercizio 2016, l'Azienda ha svolto su delega della Camera di commercio di Taranto una serie di attività istituzionali di

tipo commerciale (**sezione 1**), unitamente alla realizzazione di interventi di promozione del territorio (**sezione 2**) e ad attività istituzionali di tipo non commerciale (**sezione 3**).

SEZIONE 1

<p>ATTIVITÀ ISTITUZIONALI DI COMPETENZA DELL'AREA ECONOMICO – PROMOZIONALE DI TIPO COMMERCIALE DELEGATE ALL'AZIENDA SPECIALE SUBFOR</p>
--

A) 1) a) Autorità pubblica di controllo D.O. – I.G. - DOP.

Anche nel 2016 si è assistito alla conferma e intensificazione delle attività di supporto fornite dall'Azienda al servizio Agricoltura camerale, in particolare, all'Autorità pubblica per il controllo dei vini nei confronti di tutti i soggetti che operano all'interno delle filiere delle denominazioni di origine (D.O.) per "Primitivo di Manduria", "Primitivo di Manduria Dolce Naturale", "Martina Franca", "Lizzano", "Colline Joniche Tarantine", "Aleatico di Puglia" e D.O.P. olearia "Terre Tarentine", organismo che il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali ha individuato nella Camera di commercio di Taranto, che è anche Autorità pubblica di controllo **di livello regionale delle indicazioni geografiche** (I.G.) "Puglia", "Salento", "Tarantino", "Valle D'Itria", "Murgia" e "Daunia".

Nel dettaglio, due unità, di cui una con specifica formazione agronomica, sono principalmente dedicate allo svolgimento delle

predette impegnative attività, coadiuvate, seppur parzialmente, da due ulteriori unità.

Si riportano di seguito i report dell'attività ispettiva condotta nell'anno 2016.

Anno 2016

Prodotto	N. Operatori SIAN	N. Visite effettuate	N. Campioni prelevati	N. Campioni irregolari	Non conformità accertate	
					lievi	gravi
Doc Aleatico di Puglia	20	5	1	1	1	0
Doc Colline Joniche Tarantine	16	4	2	0	0	0
Doc Lizzano	20	8	4	0	2	0
Doc Martina Franca	33	12	3	0	0	0
Doc Primitivo di Manduria	1.321	215	1	0	23	2
Docg Primitivo di Manduria Dolce Naturale	89	17	5	0	0	0
IGT Daunia	327	28	2	0	7	1
IGT Murgia	49	7	0	0	0	0
IGT Puglia	3.931	157	1	0	39	12
IGT Salento	3.185	195	3	0	51	24
IGT Tarantino	323	27	3	0	1	0
IGT Valle d'Itria	142	16	2	0	3	0
Vino varietale con annata di produzione	18	-	-	0	0	0
Dop Terre Tarentine	18	13	-	0	0	0
Totali						
	9.494	704	27	1	127	39

L'impegno dell'Azienda, già testimoniato dal prospetto su riportato, è, altresì, dimostrato dalla positiva e costante collaborazione con l'ICQRF - Ispettorato centrale della tutela della qualità e repressione frodi dei prodotti agroalimentari del Ministero dello Sviluppo economico, che attesta il perfetto funzionamento dell'Organismo.

Fondo di perequazione 2014

A) 1) b) Le Camere di commercio per lo sviluppo delle competenze digitali nei sistemi produttivi territoriali: giovani e promozione delle eccellenze digitali e ArsDigitalia.

√ PROGETTO
COMPLETATO:
INTROITATO
DALL'ENTE
CAMERALE IL
CONTRIBUTO

Fra il 2015 ed il 2016, la Camera di commercio, per il tramite dell'Azienda ha dato corso ad un insieme integrato di azioni volte a promuovere la cultura digitale e a favorire l'inserimento di competenze ICT nelle imprese locali prevedendo, nel dettaglio, le seguenti linee di attività: 1) Giovani e promozione delle eccellenze digitali; 2) ArsDiglItalia.

In particolare, sono stati perseguiti i seguenti obiettivi operativi: favorire la digitalizzazione del sistema imprenditoriale locale, con specifico riferimento ai settori di punta del made in Italy e alle filiere caratterizzanti l'immagine del territorio; contribuire all'avvicinamento di giovani talenti altamente qualificati nel campo dell'ICT ai contesti aziendali, innalzando così la capacità innovativa e commerciale delle PMI; incrementare la consapevolezza del ruolo che può svolgere la digitalizzazione per la competitività del tessuto produttivo in Italia e all'estero; rafforzare e consolidare, anche in vista delle nuove funzioni previste dal riordino, il ruolo della Camera di Commercio quale soggetto istituzionale qualificato in grado di offrire risposta ai fabbisogni del sistema imprenditoriale e di garantire assistenza

altamente qualificata alle imprese nello sviluppo di comportamenti innovativi in grado di incrementarne la competitività; informare e sensibilizzare le piccole imprese nel cogliere le opportunità legate ICT, supportandole nell'adozione di soluzioni digitali innovative ed accompagnandole nel processo di upgrade delle competenze aziendali e di cambiamento organizzativo richiesto dalla digitalizzazione; favorire il consolidamento e l'upgrade del processo di digitalizzazione dei servizi camerali e di messa a punto/implementazione di una strategia di social marketing istituzionale della Camera di commercio di Taranto; facilitare l'accumulo presso la Camera di commercio di know how tecnico-specialistico sui temi del digitale, dell'innovazione digitale e delle sue implicazioni per l'impresa (modelli organizzativi, customizzazione, value chain, ecc.) incrementando la capacità di servizio a favore del tessuto produttivo locale.

Per tali scopi è stata effettuata ex ante attività di ricognizione delle esigenze territoriali e, per tutta la durata del progetto digitizer e task force digitale, insediati e operativi presso l'Azienda, hanno monitorato il target e le esigenze emerse. L'attività di social marketing della Camera di commercio, grazie all'impegno dell'Azienda, ha conosciuto una significativa implementazione, tanto attraverso i canali social (facebook, twitter, instagram, youtube) quanto attraverso l'attivazione, il 30/06/2016, del blog ufficiale dell'Ente. Attraverso il blog si accede anche allo sportello

digitale, attivo anche dopo la conclusione del progetto. Inoltre, l'azione progettuale ha consentito una significativa integrazione fra l'offerta di servizi digitali di natura promozionale e quella di servizi innovativi per l'attività d'impresa (a.e. Benvenuta impresa), divulgati in modo integrato nell'ambito delle attività pubbliche condotte. Notevole è risultata l'attività promozionale (oltre 1000 imprese informate, oltre 200 partecipanti agli eventi realizzati presso l'Ente), in particolare relativamente alla presenza in/organizzazione di eventi, incontri informativi/formativi. Il progetto è stato infatti presente, promosso e divulgato nei seguenti eventi (i principali sono descritti nella sezione 3) della presente relazione) organizzati da altri Soggetti e/o dall'Ente camerale in collaborazione con altri organismi/Associazioni di categoria: - Fiera del Levante di Bari in rete con le altre Camere partecipanti - VIII Giro d'Italia delle donne che fanno impresa - Hackathon 2016 a Trani - Linux Day Taranto (24/10/2016 con CNA Taranto e altri soggetti associativi) - Startup Europe Week Taranto (5/2/2016 con Startup Europe in collaborazione con la Commissione Europea ed il Comitato delle Regioni; in partnership con Puglia Startup) - Open Data Day Taranto (5/3/2016 con OpenPuglia, Stati Generali dell'Innovazione - Puglia ed Istituto Italiano Open Data) - Genuino Day Taranto (2/4/2016 con CNA Taranto e altri soggetti associativi) - Italian Internet Day Taranto (29 e 30/04/2016 con Infocamere, CNA Taranto e altri soggetti

associativi) - 3 Laboratori di Crescere in digitale Taranto. Inoltre, vi è stata una importante integrazione fra il progetto, l'attività della task force digitale e le azioni di alternanza scuola - lavoro condotte dall'Ente nel 2016. In particolare, alcune classi di Istituti superiori locali sono state, fra l'altro, formate per svolgere attività di social media team temporaneo della Camera di commercio. I risultati sono stati presentati in occasione dell'evento clou del progetto: Incontri digitali del terzo tipo, che si è svolto il 30/06/2016 (in collaborazione con Infocamere; con la presenza di Stefano Epifani). Il progetto è, inoltre, integrato con IQEX, ItalianfoodXp, Crescere in digitale, tutte ulteriori ed importanti iniziative di sistema.

A) 1) c) Servizi di sostegno allo start-up di nuove imprese nell'ambito della ripianificazione dello sviluppo imprenditoriale del territorio provinciale e dei territori limitrofi e complementari come richiesto dalla normativa nazionale d'intervento sulle imprese di interesse strategico nazionale.

√ PROGETTO
COMPLETATO:
INTROITATO
DALL'ENTE
CAMERALE IL
CONTRIBUTO

Il progetto, concluso per la parti residuali nel 2016, ha inteso supportare le azioni di sostegno alla creazione ed allo sviluppo di nuove imprese, implementando e rafforzando il sistema di servizi integrati per il sostegno alla transizione al lavoro imprenditoriale, attraverso il consolidamento del network nazionale degli Sportelli camerali FILO per la Nuova Imprenditorialità. Lo Sportello

tarantino del network FILO (si leggano i dati di affluenza nella sezione 3) della presente Relazione), gestito dall'Azienda, rappresenta punto specialistico di accesso, aggregazione, collegamento e organizzazione per l'erogazione dei servizi all'utenza nelle varie realtà da parte di una pluralità di soggetti e attori coinvolti. Tanto secondo una particolare declinazione che rinvia dalle peculiari caratteristiche del Sistema Taranto. Qui, infatti, il supporto alla creazione d'impresa, senza limitare la spontanea iniziativa imprenditoriale in qualunque settore economico, si è collocato in un più ampio processo di programmazione della crescita territoriale e di (ri)costruzione di un contesto profondamente degradato, isolato rispetto ai pur complementari territori contigui e soggetto ad un pericoloso declino socioeconomico ed al depauperamento di interi comparti economici. L'obiettivo generale è stato, dunque, quello della individuazione dei settori di possibile sviluppo del territorio al fine di orientare la creazione d'impresa nell'ambito della più ampia ripianificazione dello sviluppo imprenditoriale del territorio provinciale e dei territori limitrofi e complementari come richiesto dalla normativa nazionale d'intervento sulle imprese di interesse strategico nazionale. Taranto, infatti, attraverso una lunga serie di provvedimenti legislativi emanati negli ultimi tre anni, non solo è area di crisi industriale complessa, ma è anche la sede di uno stabilimento industriale di interesse strategico il cui funzionamento

produttivo costituisce una priorità di carattere nazionale, soprattutto in relazione ai rilevanti profili di protezione dell'ambiente e della salute (legge n.20/2015). Non solo, proprio per l'area tarantina è stata ravvisata la straordinaria necessità e urgenza di emanare disposizioni di riqualificazione e rilancio della città e dell'area di Taranto, anche mediante la realizzazione di progetti infrastrutturali e di valorizzazione culturale e turistica. Il progetto è stato, pertanto, condotto in stretto raccordo con i piani e gli interventi finalizzati a modificarne profondamente ed in senso positivo proprio il tessuto imprenditoriale. L'Azienda ha attivamente collaborato con l'Ente e con l'Agenzia di Sviluppo Terra Jonica per l'elaborazione del Piano integrato di sviluppo per Taranto, presentato al tavolo istituzionale permanente per l'area di Taranto ed alla relativa struttura di missione APT presso la Presidenza del Consiglio dei ministri, nonché alle categorie economiche ed agli ordini professionali del territorio. Il progetto ha consentito all'Ente camerale di svolgere un'importante attività di ricognizione dei fabbisogni di investimento delle imprese locali nonché di supporto del sistema imprenditoriale locale nel corso del 2015 e del 2016 nelle fondamentali partite del Contratto istituzionale di sviluppo per l'area di Taranto di cui alla legge n.20/2015 e dell'Accordo di programma per la riqualificazione e riconversione dell'area di crisi industriale complessa di Taranto di cui al D.L. n.129/2012, ripartito proprio grazie all'intervento

camerale. In questi ambiti è stato redatto un modello di Piano Integrato di Sviluppo (PIS) per Taranto e definito un preliminare portafoglio progetti per lo sviluppo locale in stretta collaborazione con l'Agenzia di sviluppo Terra Jonica. Parallelamente, significativa è stata l'attività condotta dallo sportello FILO, con due importanti eventi pubblici rivolti allo startup d'impresa, nonché l'attivazione di sinergie operative con le Camere di commercio di Matera e Bari in vista di Matera 2019 ed in funzione dello sviluppo turistico dell'area tarantina.

A) 1) d) Crescere imprenditori

Si tratta di un'iniziativa nazionale per supportare e sostenere l'autoimpiego e l'autoimprenditorialità, attraverso attività mirate di formazione e accompagnamento all'avvio d'impresa. Promosso dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, in qualità di Autorità di gestione del Programma Garanzia Giovani, Crescere imprenditori è progettata e coordinata quale politica nazionale. L'attuazione è affidata a Unioncamere e messa in atto a livello locale dalla rete delle strutture specializzate delle Camere di commercio, per Taranto, in particolare, dall'Azienda.

Il progetto "Crescere Imprenditori" è finanziato a valere sulla quota di risorse del PON "Iniziativa Occupazione Giovani" a titolarità dell'Autorità di gestione e si rivolge ai giovani che non studiano, non lavorano e non sono attualmente impegnati in percorsi di istruzione e formazione (NEET).

Il progetto è attivo a partire da marzo 2016 e si concluderà a dicembre 2017. In questo periodo l'Azienda ha proceduto alla strutturazione dei percorsi, in attesa che si formassero i laboratori di giovani da avviare alla formazione (ciò è avvenuto solo nel 2017).

I giovani che porteranno a termine il percorso - e avranno quindi redatto il piano d'impresa - potranno presentare domanda per accedere ai finanziamenti del "Fondo SELFIEmployment" gestito da Invitalia, sotto la supervisione del Ministero del lavoro e delle politiche sociali, potendo fruire di punteggio aggiuntivo grazie a Crescere imprenditori.

A) 1) e) Conciliazione - Camera arbitrale - Servizio di mediazione

Il funzionamento della Camera arbitrale, del Servizio di Mediazione e dello Sportello di conciliazione, attraverso cui sono forniti i servizi camerali di risoluzione extragiudiziale delle controversie è stato assicurato con la consueta professionalità dall'Azienda. Unitamente alla gestione amministrativa e procedurale degli arbitrati, delle mediazioni e delle conciliazioni avviati presso la Camera di commercio, il personale preposto ha svolto quotidiana attività di sportello al pubblico di informazione ed assistenza, provvedendo, altresì, alla gestione organizzativa dell'Ufficio, dell'albo dei mediatori e degli Organi della Camera arbitrale.

Con riferimento all'Organismo di mediazione della "Camera Arbitrale Nazionale ed Internazionale di Taranto", il Ministero della Giustizia ha riconosciuto lo stesso tra gli organismi abilitati a svolgere la mediazione civile e commerciale, mediante la sua iscrizione al n.891 dell'apposito Registro. Dal 5 ottobre 2012 la Camera di commercio di Taranto è dotata, quindi, del relativo servizio, gestito dall'Azienda, per il quale l'Ufficio è stato altresì dotato anche della necessaria piattaforma telematica.

L'Organismo di mediazione ha provveduto ad accreditarsi nel sistema informatico del Ministero della Giustizia, come prescritto dalla circolare ministeriale del 18 settembre 2014 e, a seguito dell'esito positivo dell'istruttoria ministeriale, con provvedimento PDG del 18.05.2015 Dipartimento per gli Affari di Giustizia - Direzione Generale della Giustizia Civile il Ministero della Giustizia ha deliberato l'iscrizione della "Camera Arbitrale Nazionale ed Internazionale di Taranto" al Registro informatico degli Organismi abilitati a svolgere la mediazione ex decreto interministeriale n.180/2010.

L'Azienda è costantemente impegnata nell'aggiornamento delle procedure del servizio di mediazione che determinano un'attenta attività di revisione di modulistica e regolamenti.

Il Servizio di mediazione, come la Camera Arbitrale ed il Servizio di conciliazione, gestiti dall'Azienda, sono perfettamente operativi.

Nel corso del 2016 sono stati gestiti n.1 procedimento arbitrale e complessivamente n.17 procedimenti tra mediazione e conciliazione, con n. 11 domande di conciliazione depositate presso lo Sportello camerale e n. 6 domande di mediazione, quest'ultime per la maggior parte in materie in cui la mediazione è prevista come obbligatoria dalla legge.

1 ARBITRATO,
11 DOMANDE DI
CONCILIAZIONE,
6 DOMANDE DI
MEDIAZIONE

SEZIONE 2

INTERVENTI DI PROMOZIONE DEL TERRITORIO – RESPONSABILE OPERATIVO AZIENDA SPECIALE SUBFOR COME DA RELAZIONE PROGRAMMATICA E PREVISIONALE 2016 DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI TARANTO

La Relazione programmatica e previsionale 2016 dell'Ente camerale ha affidato all'Azienda per l'anno 2016 la responsabilità dell'attuazione di una serie di interventi di promozione del territorio correlati alle strategie che la Camera di commercio di Taranto ha inteso adottare per il trascorso esercizio. Per la realizzazione di detti interventi l'Ente ha delegato all'Azienda la strutturazione e l'esecuzione delle specifiche azioni di seguito dettagliate, assegnando altresì le relative risorse economiche.

A) 2) a) Valorizzazione delle eccellenze

L'attività di promozione dell'internazionalizzazione del sistema imprenditoriale, gestita dall'Azienda su delega dell'Ente camerale,

è stata assicurata anche nel corso del 2016, nonostante l'intervenuta riduzione delle risorse disponibili.

Oltre alla usuale assistenza a sportello – i cui contenuti sono trattati nel relativo paragrafo della sezione 3) -, sotto il profilo essenzialmente promozionale essa continua a svilupparsi su 3 direttrici principali.

Database

Si è proseguito nella implementazione del database delle imprese interessate ad essere affiancate e supportate dalla Camera di commercio di Taranto nell'attività di internazionalizzazione, attraverso un avviso sempre aperto, pubblicato sul sito istituzionale e diffuso a mezzo stampa e mailing, con l'obiettivo di rilevare gli effettivi fabbisogni del sistema e costruire un bacino di riferimento per tutte le correlate attività operative, nonché per la realizzazione di periodici survey di analisi, offrendo ad imprese e consorzi un canale facilitato, personalizzato e maggiormente tempestivo di informazione sull'argomento. Al 2016 sono circa 190 le imprese di vari settori economici ormai fidelizzate alle attività camerali nella materia. I dati forniti dalle imprese sono anche utili per la programmazione esecutiva delle iniziative di internazionalizzazione.

DATABASE
DELLE IMPRESE
INTERESSATE
ALLA
INTERNAZIO_
NALIZZAZIONE

Formazione/informazione

L'Azienda ha organizzato eventi informativi/formativi. Le iniziative realizzate autonomamente, nell'ambito di partenariati

6 EVENTI,
OLTRE 70
IMPRESE
COINVOLTE

progettuali e, in diversi casi, di rilevanza nazionale, sono state rivolte alle imprese del territorio per favorire l'accesso e l'espansione delle stesse sui mercati esteri.

Iniziative congiunte e Missioni

L'Azienda ha curato tutti gli aspetti promozionali, organizzativi e gestionali di iniziative congiunte che hanno riscosso notevole successo a livello internazionale, assicurando alle imprese tarantine coinvolte tanto un incremento della visibilità dei prodotti offerti, quanto un significativo numero di contatti spesso finalizzati commercialmente.

Nella tabella che segue si dettagliano i principali elementi organizzativi relativi agli eventi ed alle missioni:

N.	Tipologia evento	Settore	Data	Mercato	n. e tipol. operatori esteri	N. imprese partecipanti	N. incontri b2b
1	Missione incoming/b2b	"Incoming Cina 2016" - Promozione delle eccellenze del sud Italia in Cina - Matera	05/04/2016	Cina	Buyer agroalimentare	8	40
2	Seminario	"V Settimana del Bio in Puglia"	21/04/2016	Mondo	-	36	-
3	Missione incoming/b2b	Il progetto "Experience Italy South and Beyond"	23/09/2016	Mondo	Buyer agroalimentare	9	80
4	Incontro istituzionale/Missione	Progetto Mirabilia - "Italia Amore mio" Missione Giappone	26-29/05/2016	Giappone	Buyer agroalimentare e press	2	60
5	Missione incoming/b2b	"Progetto Mirabilia - European Network of Unesco Sites" - Udine	24-25/10/2016	Mondo	Buyer turismo e press	3	60
6	Missione incoming/b2b	"Progetto Mirabilia - European Network of Unesco Sites" - Taranto	28-29/10/2016	Mondo	Buyer agroalimentare e press	13	97

**Internazionalizzazione
Riepilogo iniziative - Anno 2016**

Totale eventi	6
<i>di cui:</i>	
incoming/outgoing/b2b	4 (337 incontri b2b)
seminari formativi	1
Incontri istituzionali	1
Totale imprese coinvolte	260 (incluse imprese informate)

Incoming Cina 2016

Per il tramite dell'Azienda, l'Ente ha partecipato all'iniziativa, promossa dalla Camera di commercio di Matera, Incoming Cina 2016 - Promozione delle eccellenze del Sud Italia in Cina, con l'obiettivo di promuovere in Cina la conoscenza dei prodotti agroalimentari del nostro territorio (Food e Beverage) e di accrescere il grado di internazionalizzazione dei sistemi produttivi locali.

L'iniziativa ha avuto l'obiettivo di valorizzare un percorso che, prendendo avvio dalla promozione della migliore cultura e tradizione enogastronomica italiana, ha puntato alla produzione agroalimentare di Basilicata e Puglia nell'ambito dei rispettivi specifici contesti culturali, ambientali, storici e sociali. Il progetto ha previsto lo sviluppo di nuovi contatti commerciali con il mercato cinese attraverso l'organizzazione di una missione di incoming di buyers del settore agroalimentare e di opinione leader del settore turismo, finalizzata alla presentazione di aziende, prodotti e tradizioni enogastronomiche dei territori lucani e pugliesi e al

potenziale avvio di trattative d'affari con le aziende coinvolte. La missione di incoming, per la cui preparazione le imprese partecipanti sono state assistite dall'Azienda, si è svolta il 5 aprile 2016 a Matera.

Experience Italy South and Beyond

Il progetto ha avuto l'obiettivo di promuovere sul mercato internazionale l'offerta delle eccellenze enogastronomiche e il relativo segmento turistico delle Regioni del Sud Italia.

L'iniziativa ha previsto:

- **la realizzazione di una piattaforma** di promozione dei territori e dei prodotti italiani (di produttori/imprenditori/amministratori/conduuttori under 40) a partire dal sud Italia, unitamente ai ristoranti italiani nel mondo certificati Ospitalità Italiana verso la loro clientela e altri potenziali consumatori/turisti coinvolti nell'ambito di specifiche campagne Paese verso i social network;
- l'organizzazione di eventi promozionali;
- una Campagna di promozione all'estero sia con canali tradizionali che social.

Al progetto, in collaborazione con ISNART - Istituto Nazionale Ricerche Turistiche, hanno partecipato le Camera di commercio di sei regioni del Sud: Basilicata, Calabria, Campania, Puglia, Sardegna e Sicilia. La Camera di commercio di Taranto vi ha preso parte per il tramite dell'Azienda. La realizzazione del

previsto workshop si è tenuto a Matera il 23 settembre 2016, con la partecipazione di tour operator esteri, blogger e giornalisti esteri e italiani, produttori, buyer e seller esteri e italiani.

Mirabilia

Il progetto Mirabilia, la cui realizzazione è stata affidata dall'Ente camerale all'Azienda, ha inteso promuovere, anche per l'anno 2016, attraverso, le 11 Camere di commercio aderenti, fra cui quella di Taranto, un'offerta turistica integrata dei siti UNESCO meno noti che rendesse visibile e fruibile il collegamento tra territori accomunati da riconoscimenti UNESCO e proporli ad un pubblico internazionale sempre più attento ad un turismo culturale di grande qualità. Una iniziativa importante svolta in occasione del progetto è stata la Borsa internazionale del turismo culturale che nel 2016 si è svolta a Udine ed ha visto la partecipazione di tre imprese tarantine ai b2b organizzati dal partenariato, in collaborazione con TTG e Rimini Fiera, con 50 buyer provenienti da diversi Paesi target e una media di 20 appuntamenti per azienda.

Fulcro del progetto è stata l'organizzazione dell'evento B2B nel settore Food & Drink a Taranto il 28 e 29 ottobre 2016.

L'Ente camerale, tramite l'Azienda, ha svolto il ruolo di capofila per le 11 Camere di commercio partecipanti, ospitando il giorno 28 ottobre 2016 presso la Cittadella delle imprese 42 imprese seller di cui 13 imprese tarantine e 19 buyer e 3 press per un

totale di circa 390 incontri B2B con una media di 10 appuntamenti ad azienda e con l'organizzazione di un *educational tour* specifico per i press circa le tradizioni, la storia ed l'enogastronomia della provincia tarantina. Il 29 ottobre 2016 l'Azienda ha realizzato un ulteriore tour presso le imprese tarantine, che ne avevano fatto anticipatamente richiesta, con dimostrazioni presso le stesse dei processi e delle tecniche di produzione e del diverso uso dei macchinari.

Nell'ambito di Mirabilia, l'Azienda, altresì, ha contribuito a produrre gli output progettuali: la brochure di progetto e i profili dei seller, buyer e press per i b2b.

A) 2) b) Responsabilità sociale d'impresa e Terzo settore

Condivisione e diffusione dei principi della responsabilità sociale d'impresa; attuazione provinciale del Protocollo d'intesa Unioncamere – Forum Nazionale del Terzo Settore attraverso l'attività del Comitato per la valorizzazione delle imprese del Terzo settore; favorire la nascita di imprese sociali. (Obiettivo operativo 2.7.1-2-3)

Nel corso del 2016 le azioni relative al presente argomento si sono particolarmente intensificate. Nell'ambito dell'Osservatorio provinciale sull'economia civile, pienamente operativo anche sotto il profilo della raccolta e diffusione di dati e documenti sull'argomento, si sono costituiti presso l'Ente camerale, in ciò

assistito e supportato dall'Azienda, due gruppi di lavoro che, attraverso, periodiche riunioni, hanno analizzato sia il tema del Benessere Equo e Sostenibile e del ruolo del non profit – argomento avviato già nel 2015 -, sia quello della Responsabilità sociale d'impresa e delle forme imprenditoriali più idonee alla attuazione di una economia civile e sostenibile.

I temi si sono integrati, fino alla definizione di un progetto di BES City, elemento portante del Corso di Alta formazione sulla Progettazione e gestione di città e territori sostenibili, organizzato, con il supporto progettuale dell'Azienda, insieme al Centro di cultura per lo sviluppo G. Lazzati ed al Politecnico di Bari con il patrocinio di Unioncamere, Istat e Anci e la segreteria organizzativa di Subfor. Il corso è stato, altresì, proposto al Tavolo istituzionale permanente per lo sviluppo dell'area di Taranto dall'Ente camerale, che vi partecipa, quale primo modulo di una Scuola permanente per la formazione della Pubblica amministrazione e di un Osservatorio permanente sugli interventi pubblici orientati ad un approccio BES negli obiettivi e nella misurazione dell'impatto delle policy pubbliche sul benessere delle comunità locali.

Questo significativo lavoro tecnico e culturale si è tradotto in molte iniziative pubbliche, organizzate con l'ausilio dell'Azienda, che si uniscono alle 6 riunioni dei gruppi di lavoro:

- 27 febbraio 2016, presentazione del rapporto BES 2015 con Linda Laura Sabbadini e Giampiero Nuvolati;
- 28 maggio 2016, presentazione della legge sulle Società Benefit con l'estensore Mauro Del Barba;
- 14 ottobre 2016, presentazione del corso di alta formazione citato, con Michele Dau (OCSE – CNEL) e Filomena Maggino;
- 12 novembre 2016, Società Benefit – Laboratorio Taranto, con Mauro Del Barba e Universitas Mercatorum e presentazione della Guida alla costituzione e gestione delle Società Benefit curata dal gruppo di lavoro presso la Camera di commercio di Taranto.

Quest'ultimo argomento, in particolare, ha rappresentato la creazione di un valore aggiunto notevole sul tema delle imprese ibride, affrontato con significativa competenza dal tavolo camerale: la guida, infatti, ha ricevuto il pieno apprezzamento del promotore della norma sulle Società benefit, nonché dei maggiori soggetti che si occupano del tema e che ne hanno garantito la diffusione a livello nazionale.

L'Azienda ha, inoltre, partecipato, su delega dell'Ente, alle iniziative di Summer school di economia civile per docenti delle scuole secondarie di secondo grado, attraverso interventi afferenti al presente obiettivo declinati nell'ottica della diffusione di una

cultura dell'economia civile nell'ambito delle azioni di alternanza scuola – lavoro.

A) 2) c) Centro analisi e studi

Implementare la completezza e la tempestività dell'informazione economica; migliorarne la diffusione pubblica.

(Obiettivo operativo 4.1.1-2)

Come usualmente, il Centro Studi camerale ha prodotto nel corso del 2016 una serie di report di analisi statistico – economica (le tradizionali 4 uscite trimestrali sul movimento delle imprese, anche attraverso la diffusione dei cruscotti di informazione statistica alle principali Istituzioni locali ed alle categorie interessate; l'analisi dei risultati imprenditoriali dell'anno precedente) culminanti nel momento più significativo di studio e interpretazione delle dinamiche economiche locali rappresentato dalla Giornata dell'economia, svoltasi il 16 luglio 2016. Con il Report strutturale e congiunturale prodotto nell'occasione in collaborazione con l'Istituto Tagliacarne, l'Ente ha altresì assicurato il necessario aggiornamento sulla situazione economica tarantina al Tavolo istituzionale permanente per l'area di Taranto presso la Presidenza del Consiglio; all'Ufficio del Governo del Territorio (Prefettura), collaborando alla stesura della annuale relazione al Ministero competente; nonché al gruppo di lavoro per il Distretto urbano del commercio del Comune di

Taranto, al gruppo di lavoro sul Benessere equo e sostenibile ed a quello sulle Società Benefit.

Ogni output realizzato dal Centro Studi è stato diffuso oltre che attraverso i media tradizionali, anche con l'utilizzo dei canali social gestiti dall'Ufficio Comunicazione dell'Ente, Facebook, Twitter e Youtube, nonché Instagram, ormai consolidati quali mezzi di comunicazione istituzionale privilegiati. Tutti i dati ed i documenti sono pubblici, assicurando così l'effettivo riconoscimento del ruolo del Centro Studi della Camera di commercio quale primo interlocutore locale per l'analisi dei fenomeni statistico economici della provincia.

A) 2) d) Comunicazione istituzionale

Valorizzare l'identità della Camera di commercio e la interlocuzione con le Associazioni di categoria; migliorare ed innovare la qualità e la funzionalità della comunicazione esterna; valorizzare le testimonianze e le esperienze imprenditoriali.

(Obiettivo operativo 7.1.1-2-3)

I target sono pienamente raggiunti (si veda il relativo paragrafo nella sezione 3) ma anche il paragrafo A) 1) b) nella sezione 1). L'attività comunicativa è stata fortemente incrementata senza aggravio di costi, grazie all'utilizzo dei canali social, in particolare Facebook, Twitter, Instagram e Youtube, che ha accolto numerosi video poi rilanciati regolarmente sugli altri mezzi citati.

L'informazione è stata naturalmente veicolata anche attraverso il sito istituzionale, sempre aggiornato sia sotto il profilo contenutistico, informativo, normativo e della modulistica, sia con riferimento agli adempimenti di cui alle norme sull'amministrazione trasparente, sia con riguardo agli obblighi previsti dal Codice dell'amministrazione digitale. Quale strumento indispensabile per la corretta e trasparente informazione sull'attività e sugli atti dell'Ente, il sito istituzionale resta comunque oggetto di costanti implementazioni.

Il sito consente anche un rapido monitoraggio della soddisfazione dell'utenza, con esiti positivi, così come le ottime recensioni della pagina facebook dell'Ente, oltre che le specifiche indagini di customer satisfaction eseguite con particolare riferimento agli interventi di valorizzazione delle eccellenze (Mirabilia).

Seguono obiettivi delegati dall'Ente e perseguiti dall'Azienda, pur senza specifica assegnazione di risorse.

Internazionalizzazione del sistema imprenditoriale

(Obiettivo operativo 2.3.1 e 2.3.2) si veda il paragrafo A) 2) a) della sezione 2).

Marketing territoriale

Supporto ai Comuni della provincia di Taranto che hanno scelto l'avvalimento alla Camera di commercio, attraverso la

messa a disposizione dell'applicativo Suap (InfoCamere) ai sensi del DPR 160/2010 e succ. mod e int. (Obiettivo operativo 2.1.1)

In ottemperanza al D.P.R. n.160/2010 che, individuando il SUAP quale unico soggetto pubblico di riferimento territoriale per tutti i procedimenti che abbiano ad oggetto l'esercizio di attività produttive e di prestazione di servizi e quelli relativi alle azioni di localizzazione, realizzazione, trasformazione, ristrutturazione o riconversione, ampliamento o trasferimento, nonché cessazione o riattivazione delle suddette attività, ivi comprese quelli di cui al d.lgs. 26 marzo 2010, n.59, ha altresì introdotto l'obbligo per le Camere di commercio di dare supporto organizzativo e tecnologico ai Comuni del territorio che non sono in grado di far funzionare autonomamente i SUAP secondo le nuove prescrizioni di legge, soprattutto in riferimento alla nuova gestione telematica del procedimento, l'Ente camerale, attraverso l'attività condotta dall'Azienda, ha svolto attività di supporto ed assistenza nei confronti dei n. 17 (su 29) Comuni della provincia di Taranto che hanno manifestato l'intendimento di avvalersi dell'Ente camerale per la gestione delle attività inerenti la procedura telematica fruibile dal portale www.impresainungiorno.gov.it.

Fino al giugno 2016 l'Azienda ha condotto le seguenti attività:

- assistenza informativa e dotazione strumentale software nei confronti dei Comuni che hanno manifestato la

volontà di avvalersi della Camera di commercio in tale procedura con l'utilizzo gratuito da parte degli stessi dell'applicativo Suap InfoCamere (l'onere corrispondente alla concessione in utilizzo gratuito dell'applicativo da parte dei medesimi Comuni resta di competenza dell'Ente camerale);

- attività di monitoraggio costante sulle scrivanie virtuali dei singoli Comuni in avvalimento alla Camera finalizzata ad accertare il funzionamento dell'applicativo Suap e della gestione telematica dei procedimenti da parte dei Comuni;
- partecipazione alle attività del Gruppo di lavoro Referenti SUAP delle Camere di commercio della Puglia.

A seguito degli ulteriori sviluppi normativi in materia di SUAP strettamente connessi con le procedure amministrative in atto al Registro delle Imprese, dal mese di giugno 2016 la gestione del SUAP camerale è stata opportunamente assegnata dall'Ente all'Area anagrafica della Camera di commercio.

Operatività dell'Agenzia di sviluppo quale strumento di un sistema di intelligenza economica territoriale (*Obiettivo operativo 2.1.5/N2014*).

Nel rinviare al paragrafo a) 1) c) della sezione 1) ed alla sezione 3) per una puntuale descrizione delle attività condotte, si evidenzia qui che nel corso del 2016 l'Agenzia, con l'assistenza

dell'Azienda, ha continuato ad operare a supporto dell'Ente per lo svolgimento delle funzioni previste nell'ambito della partecipazione al Tavolo istituzionale permanente per lo sviluppo dell'Area di Taranto. Fra gli interventi culturali di particolare rilievo, l'Agenzia ha sostenuto la realizzazione del 56° Convegno di Studi sulla Magna Grecia (Taranto, 29 settembre - 1 ottobre 2016) nonché una serie di importanti iniziative di restauro e valorizzazione dell'opera dell'artista tarantina Anna Fougez, patrocinate fra gli altri da Cineteca Nazionale, Apulia Film Commission, Teatro Pubblico Pugliese, SIAE e RAI Teche. La nuova Presidenza, in fine d'anno, ha inteso tracciare nuove linee di crescita, provando a stimolare ulteriormente la partecipazione dei Soci pubblici e la definitiva acquisizione dell'Agenzia quale strumento per la discussione e l'attuazione di strategie di sviluppo territoriale.

Start up (*Obiettivo operativo 2.4.1*) si vedano le attività condotte in questo ambito e descritte in sezione 1) e 3).

Perseguire politiche organiche di riqualificazione del commercio locale per ottimizzare la funzione commerciale e dei servizi al cittadino (*Obiettivo operativo 2.6.2*).

La Camera di commercio di Taranto, a ciò sollecitata dai consiglieri camerale in rappresentanza del comparto commerciale e dalle altre principali Associazioni di categoria, ha inserito nella propria programmazione pluriennale l'obiettivo di promuovere e

sostenere la costituzione di DUC nella provincia di Taranto. Come previsto dalla normativa regionale, l'Ente ha manifestato al Comune di Taranto, soggetto che promuove il DUC del capoluogo presso la Regione Puglia, la disponibilità a svolgere un ruolo attivo nella compagine operativa a livello locale, predisponendo, per il tramite dell'Azienda e in collaborazione con Confcommercio e Confesercenti, i documenti tecnici di sviluppo del Distretto anche sulla base degli atti di indirizzo dell'Amministrazione comunale. Riunendo competenze diversificate, attraverso l'ascolto di Focus Group di imprese e consumatori, la Camera di commercio ha elaborato un Piano che, partendo dall'individuazione iniziale di 5 Centri del Commercio Naturale (aree simili per configurazione urbana e vocazione commerciale prevalente), razionalizzati poi in 2 Centri (Città Vecchia/Borgo e Tre Carrare/Solito/Italia –Montegrano), rappresenta un progetto unico nel suo genere, se posto a confronto con simili elaborazioni realizzate a livello nazionale, e fortemente innovativo. Esso costituisce, altresì, strumento operativo fondamentale per una programmazione ed una esecuzione efficaci delle politiche di intervento nel settore.

Il Piano di DUC, propedeutico al protocollo ed alla emanazione del bando regionale di finanziamento, è stato consegnato nell'agosto 2016 al Comune di Taranto. L'Ente camerale ha assicurato, anche con il supporto dell'Azienda, per

tutto il 2016 la partecipazione ai tavoli di lavoro presso il competente Assessorato comunale, continuando a svolgere l'importante azione sussidiaria sin qui condotta, nonostante l'intervento regionale, dapprima rallentato, si sia indirizzato, nel corso dei mesi recenti, nuovamente verso il sostegno degli aspetti di progettazione dei DUC (fase superata con l'azione camerale) e non più verso l'attuazione di piani di distretto.

Qualificare e promuovere l'offerta turistica territoriale, le peculiarità storico – culturali ed i prodotti tipici per la loro funzione di attrattori turistici (*Obiettivo operativo 2.10.1*) si veda il paragrafo A) 2) a) della sezione 2).

SEZIONE 3 - A) 5)

**ATTIVITÀ ISTITUZIONALI DI COMPETENZA DELL'AREA ECONOMICO –
PROMOZIONALE DI TIPO NON COMMERCIALE DELEGATE ALL'AZIENDA
SPECIALE SUBFOR**

Centro di documentazione.

L'Azienda ha proseguito le attività di gestione routinaria della Biblioteca dell'Ente e del Centro di documentazione, in particolare attraverso la conservazione del patrimonio bibliografico camerale.

L'Azienda ha inoltre curato con puntualità il servizio di informazione socio-economica sulla provincia; l'approfondimento

degli argomenti economici anche per altri Uffici dell'Ente e la predisposizione di indagini ad hoc.

I citati servizi di informazione e consultazione bibliografica e di informazione economica e statistica - importante punto di riferimento non solo locale - sono aperti all'utenza esterna.

L'Azienda ha anche curato, sempre nell'ambito delle attività di documentazione e diffusione dell'informazione economica, l'accoglienza presso la Cittadella delle imprese di visite didattiche di scuole medie superiori di secondo grado per circa 150 studenti per un totale di 5 visite, ai quali il personale addetto ha descritto, anche in collaborazione con l'Ufficio del Registro Imprese, gli aspetti istituzionali e funzionali dell'Ente, illustrando ed approfondendo, inoltre, temi di grande interesse vertenti sugli adempimenti amministrativi e le misure di finanziamento ed agevolazioni finanziarie per l'impresa. Le visite rientrano anche nell'ambito dei percorsi formativi per l'Alternanza Scuola-lavoro di cui alla legge n.107/2015

Ufficio provinciale di statistica.

L'Azienda, su delega dell'Ente camerale, ha garantito nel 2016 il corretto ed efficiente funzionamento dell'Ufficio provinciale di statistica, attraverso la realizzazione delle indagini previste dal Programma statistico nazionale (con particolare riferimento alla complessa Indagine periodica sulla Grande distribuzione organizzata svolta annualmente per conto del Ministero dello

Sviluppo economico ed il Censimento permanente delle Istituzioni pubbliche), il supporto all'attività dell'Istat e lo svolgimento delle funzioni routinarie indicate dal Sistan.

Ufficio prezzi.

L'Ufficio prezzi licenzia mensilmente, ai sensi dell'articolo 13, comma 1, punto 4 del D.P.R. 28 giugno 1955, n.620, il listino prezzi all'ingrosso dei prodotti alimentari e non alimentari praticati sulla piazza di Taranto. La complessa attività di acquisizione dei dati presso Istituzioni ed aziende campione e di elaborazione degli stessi per la redazione dei mercuriali - arricchiti anche dai listini prezzi dei prodotti petroliferi - è eseguita dal personale dell'Azienda secondo il dettato legislativo e in ottemperanza al Regolamento camerale in materia. Con analoghi impegno ed efficienza, sempre su delega della Camera di commercio, l'Azienda espleta anche tutte le altre funzioni di Ufficio Prezzi previste dalla normativa (rilevazione e predisposizione del Listino prezzi dei prodotti petroliferi ai sensi delle relative circolari ministeriali; certificazioni; deposito listini), fornendo anche servizi a sportello, resi nel 2016 a 86 utenti.

Sportello al consumatore.

Lo Sportello al consumatore continua a rappresentare un apprezzato servizio informativo e di assistenza a favore dei consumatori e delle imprese in materia di tutela dei consumatori e correttezza contrattuale. Anche nel 2016 il personale aziendale ha

atteso con competenza all'attività di informazione, consulenza ed assistenza sulle normative in materia e nell'approfondimento delle casistiche sottoposte all'attenzione dello Sportello, per un servizio che intende contribuire a favorire lo sviluppo di rapporti corretti all'interno del mercato, coerentemente con quel ruolo di "regolazione del mercato" proprio delle Camere di commercio.

Settimana Nazionale della Conciliazione 2016.

L'Azienda ha assicurato la partecipazione alla tredicesima edizione della *Settimana Nazionale della Conciliazione delle Camere di Commercio*, il tradizionale appuntamento di carattere nazionale promosso da Unioncamere per diffondere la conoscenza e i vantaggi della mediazione e degli strumenti di giustizia alternativa in generale. L'Ente camerale tarantino, attraverso l'Azienda, ha aderito come ogni anno all'importante iniziativa promozionale dei servizi camerali di mediazione e conciliazione, che vede impegnate tutte le Camere di commercio italiane in una campagna di informazione e promozione dei servizi di media-conciliazione offerti dalle Camere di commercio, svoltasi per questa edizione 2016 nella settimana dal 7 al 11 novembre 2016.

Sportello informazioni su leggi di finanziamento ed agevolazioni per le imprese (FILO).

Nel corso del 2016 l'Azienda ha proseguito, attraverso lo Sportello Filo cui si è già accennato, l'attività di informazione,

prevalentemente a supporto dello start – up d’impresa, in merito agli adempimenti amministrativi ed alle agevolazioni finanziarie per le attività economiche.

Come usualmente, è stata distribuita agli utenti una documentazione aggiornata e di facile lettura frutto di ricerche sulle banche dati “Filo d’Arianna” (Banca dati sulle autorizzazioni per avviare una attività in proprio) e “Thesaurus” (Banca dati sulle agevolazioni comunitarie, nazionali e regionali per le imprese e il lavoro autonomo).

Nel corso del 2016 lo Sportello ha ricevuto complessivamente n. 452 utenti, in aumento rispetto al 2015, considerando anche l’utenza ricevuta con l’attivazione del Programma nazionale Garanzia Giovani partito dal 2014 .

**OLTRE 450 UTENTI
PER L’UFFICIO
FINANZIAMENTI**

Di assoluto rilievo, fra le attività condotte nell’ambito delle competenze dello Sportello e delle connesse azioni di promozione dell’avvio d’impresa, l’organizzazione, curata dall’Azienda in partenariato con diversi soggetti, di eventi dedicati allo Startup, dettagliatamente e diffusamente descritti nella presente Relazione.

Sportello per la internazionalizzazione.

Lo Sportello per la internazionalizzazione delle imprese, gestito dall’Azienda su delega dell’Ente camerale, eroga servizi di base, informativi e formativi, alle imprese interessate ai

mercati internazionali ed alla partecipazione a manifestazioni fieristiche.

Anche nel 2016 i servizi di sportello si sono affiancati a quelli resi dall'antenna territoriale tarantina di BRIDG€conomies, consorzio interregionale ed interistituzionale, di cui le Camere di commercio pugliesi sono partner per il tramite dell'Unione regionale, facente parte della rete Enterprise Europe Network. L'Azienda ha integrato le competenze dello sportello camerale con quelle dell'antenna comunitaria.

Il servizio è, ormai, standardizzato grazie alla forte integrazione informativa di Worldpass, lo sportello virtuale del sistema camerale per l'internazionalizzazione.

Fiere programma Unioncamere Puglia.

L'Azienda ha partecipato alla realizzazione dei programmi di promozione fieristica nazionali ed internazionali gestiti da Unioncamere Puglia.

Nell'ambito delle attività informative, lo sportello per l'internazionalizzazione ha, infatti, provveduto alla massima diffusione, nei confronti delle imprese della provincia, dei calendari delle fiere del "settore enoagroalimentare e manifatturiero" e della relativa scheda di adesione di massima, sia con invii diretti sia inserendo la modulistica sul portale camerale. Dopo aver realizzato un database con le richieste pervenute dalle imprese, l'Azienda ha inviato le circolari

dell'Unioncamere e le schede di adesione delle singole manifestazioni. L'Azienda ha poi redatto, di concerto con l'Unioncamere regionale, le graduatorie ed ha partecipato agli incontri regionali pre-organizzativi e per l'assegnazione degli stand.

La partecipazione alle manifestazioni fieristiche ha permesso a 69 aziende locali di migliorare la visibilità e la competitività in ambito nazionale ed internazionale.

Ufficio Brevetti e Marchi.

L'Azienda ha proseguito anche nel 2016 ad espletare regolarmente le attività in materia di tutela della proprietà industriale dell'Ufficio Brevetti e Marchi dell'Ente camerale, normativamente disciplinate dal D.Lgs. n. 30/2005 e successive modifiche ed integrazioni.

L'impostazione ormai consolidata dell'erogazione del servizio, che non si limita esclusivamente alla ricezione delle domande di brevetto e marchi da trasmettere all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ([U.I.B.M.](#)) del Ministero dello Sviluppo economico, caratterizza l'Ufficio per l'erogazione di servizi sempre più specializzati quali:

- l'attività di informazione ed assistenza, svolta in modalità front office e modalità telefonica, anche attraverso l'ausilio di brochure informative appositamente redatte dall'Ufficio, circa le

procedure amministrative previste per la richiesta dei titoli di proprietà industriale a livello nazionale ed internazionale;

- l'attività di informazione relativa alla normativa nazionale ed internazionale che sottende la richiesta di titolarità di un marchio, di un brevetto o di un disegno e modello e ne disciplina il mantenimento in vita;

- l'attività di informazione relativa alla normativa nazionale di gestione dei seguiti, ossia delle procedure normativamente previste per permettere variazioni di qualunque natura in capo ai titoli di proprietà industriale depositati e/o concessi sul territorio nazionale;

- il servizio di ricerca di anteriorità e novità di titoli di proprietà industriale precedentemente depositati e/o concessi a livello nazionale ed internazionale, attraverso la consultazione di banche dati rese disponibili dall'Ufficio ministeriale;

- la ricezione, seguita dal controllo formale e relativa istruttoria, delle domande di deposito di brevetto per invenzione industriale, modello di utilità, disegno e modello e registrazione di marchio di impresa valide per il territorio nazionale;

- la ricezione e controllo formale delle domande di deposito relative alle registrazioni di marchi internazionali;

- la ricezione, controllo formale e relativa istruttoria delle istanze di trascrizione, di annotazione e varie depositate al fine

di apportare modifiche totali e/o parziali allo stato di vita di un titolo depositato e/o concesso sul territorio nazionale;

la trasmissione in tempo reale, attraverso modalità telematica (scansione, firma digitale e caricamento), all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi delle istanze di deposito di titoli di proprietà industriale pervenute all'Ufficio in modalità cartacea.

Il personale preposto è impegnato in una continua attività di aggiornamento ed approfondimento della materia, mentre è da rilevare il sempre elevato flusso di utenza che si è avvalsa dei servizi informativi e di orientamento forniti.

Nell'ottica di fornire un valore quantitativo all'entità dei servizi erogati a 1233 utenti, si riporta, di seguito, il numero delle istanze presentate nel 2016 per l'ottenimento di brevetti, per la registrazione di marchi di impresa e di disegni e modelli e per le ulteriori pratiche connesse:

**PIU' DI 1200 UTENTI
PER L'UFFICIO
BREVETTI E
MARCHI**

Tipologia di deposito	Marchi		Brevetti		
	Nazionali	Internazionale	Invenzione industriale	Modello di utilità	Disegno o Modello
Totale	163	4	3	6	1

Istanze			Totale depositi
Annotazione	Trascrizione	Multiplo	
2	7	3	189

L'introduzione delle nuove modalità di deposito dei titoli di proprietà industriale, in particolare l'applicazione del Decreto del Direttore generale per la lotta alla Contraffazione – Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del Ministero dello Sviluppo

Economico del 26 gennaio 2015 e delle circolari dello stesso Ministero n. 590 del 29 gennaio 2015 e n. 591 del 02 febbraio 2015, e l'entrata a regime dell'utilizzo dell'applicativo per il nuovo deposito telematico per tutte le tipologie dei titoli di proprietà industriale, che sostituisce quello utilizzato dalle Camere di commercio, ha comportato una completa e radicale rivisitazione della disciplina di deposito brevettuale.

Sito WEB della Camera di commercio.

È proseguita, anche per l'anno 2016, l'attività di aggiornamento del sito web dell'Ente da parte dell'Azienda. Condotta nell'ambito dell'obiettivo di comunicazione istituzionale dell'Ente camerale, l'attività ha riguardato la cura del profilo contenutistico, attraverso lo studio delle sezioni, la revisione e l'adeguamento delle pagine, la redazione di testi informativi per l'utenza, la creazione della modulistica, l'elaborazione dei contenuti relativi ai servizi promozionali non standardizzati ed il coordinamento degli argomenti burocratico – amministrativi (in tutto circa 900 aggiornamenti nell'anno), nonché il supporto alla Camera di commercio nell'adeguamento della sezione relativa alla trasparenza alle prescrizioni formali previste dal D.Lgs. n.33/2013.

900
AGGIORNAMENTI
AL SITO WEB

TRASPARENZA
COSTANTEMENTE
AGGIORNATA

La complessa attività svolta quotidianamente, peraltro sempre finalizzata alla applicazione delle direttive ministeriali in materia di gestione dei siti web delle Pubbliche amministrazioni, ha anche consentito di conseguire positivi risultati in termini di gradimento

da parte dell'utente imprenditore/cittadino (141.480 visitatori unici nel 2016).

Il numero degli interventi eseguiti e la complessità degli argomenti trattati evidenziano il costante impegno profuso dall'Azienda in azioni di implementazione della fruibilità e della qualità contenutistica del sito, senza trascurare di cogliere le tematiche più rilevanti di ogni area e garantendo la massima visibilizzazione possibile. L'Azienda, in tal modo, continua a rispondere con efficacia e competenza alle specifiche e molteplici richieste provenienti da tutte le aree funzionali dell'Ente camerale.

Attività di comunicazione.

L'Azienda ha garantito la massima amplificazione delle attività di comunicazione della Camera di commercio di Taranto, sia per quel che concerne la promozione dell'immagine pubblica, sia relativamente alla diffusione della conoscenza dei servizi e del ruolo dell'Ente a livello nazionale ed internazionale. In particolare, l'Azienda ha assicurato l'attuazione di tutte le iniziative di comunicazione della Camera di commercio di Taranto, consolidando e migliorando la logica multicanale, tanto nell'erogazione di servizi e diffusione di informazioni, quanto nella ricezione di messaggi da parte dell'utente. La strategia di relazione seguita si può sintetizzare nelle seguenti direttrici, tutte corrispondenti a prodotti a vario supporto di rilevante impatto esterno:

I RISULTATI
DELLA
COMUNICAZIONE

- sito web dell'Ente camerale;
- gestione contenutistica ed invio tempestivo di informazioni, circolari, news ad una mailing di circa 1.000 contatti diretti (imprese, associazioni di categoria, istituzioni, ordini professionali, cittadinanza attiva);
- iniziative seminari e convegnistiche (23 nel 2016) di cui 6 con rilievo nazionale e 8 a carattere internazionale, tutte connesse alle aree di competenza camerale;
- comunicati stampa sia strettamente tecnici, sia a supporto comunicativo all'Ufficio di Presidenza camerale (39 nell'anno, con un impatto ipotizzabile di oltre 300 presenze sui media, nonché con costante presenza sulla rassegna stampa e sui canali di comunicazione di Unioncamere nazionale);
- ricevimento di numerose visite scolastiche per la promozione della cultura d'impresa e dell'immagine pubblica della Camera di commercio;
- gestione della pagina Facebook istituzionale dell'Ente camerale, ai fini di una diffusione sempre più capillare delle informazioni a mezzo del social network più utilizzato a livello internazionale (oltre 1000 Mi piace sulla pagina e più di 100 post pubblicati, con picchi di copertura organica mensile fino a oltre 7.000 persone raggiunte);
- gestione del profilo Twitter ufficiale dell'Ente (con oltre 500 follower, 400 tweet e più di 50.000 visualizzazioni nell'anno);

UNA
IMPONENTE
PRESENZA SU
STAMPA,
INTERNET E TV

- gestione del canale Youtube istituzionale (con oltre 1.700 visualizzazioni nell'anno);
- creazione e gestione dell'account Instagram ufficiale;
- creazione e gestione del blog ufficiale NoiCamera, con la pubblicazione di 23 post nel corso dell'anno.

Riepilogo azioni – Anno 2016

n. Comunicati stampa	39
n. post Facebook (oltre 1000 Mi piace sulla pagina)	100
n. tweet (500 follower)	400
n. video Youtube (oltre 1.700 visualizzazioni)	15
n. aggiornamenti sito internet	900

Riepilogo EVENTI – Anno 2016

(organizzati presso la sede dell'Ente)

n.	Tipologia evento	Settore	Data
1	Seminario	Presentazione Seafuture & Maritime Technologies 2016	20/01/2016
2	Convegno/Contest☆☆	Startup Europe Week Taranto 2016	5/02/2016
3	Seminario/Matching☆	Primo Laboratorio di Crescere in Digitale con Ministero del Lavoro, Garanzia Giovani, Google e Unioncamere	23/02/2016
4	Convegno	Quale cultura, quale formazione per il BES Benessere Equo e Sostenibile con Politecnico di Bari, Università di Bari, Istat e Centro di cultura G. Lazzati	27/02/2016
5	Convegno/Hackathon☆☆	Open Data Day Taranto 2016 con Stati generali dell'innovazione – Puglia, Istituto italiano Open Data e OpenPuglia	5/03/2016
6	Convegno/Esposizione/Contest☆☆	Genuino/Arduino Day 2016	02/04/2016
7	Incoming☆☆	Incoming China	06/04/2016
8	Seminario	Settimana del Bio con Unioncamere Puglia partner di Enterprise Europe Network e C.I.Bi - Consorzio Italiano per il biologico	21/04/2016
9	Seminario☆	Italian Internet Day 2016 Open innovation e comunità digitali:	29/04/2016

		scuola e impresa in Camera di commercio – prima sessione	
10	Seminario/Esposizione☆	Italian Internet Day 2016 LA STAMPA 3 D: dall'idea al prodotto – seconda sessione	30/04/2016
11	Seminario/Matching☆	Secondo Laboratorio di Crescere in Digitale con Ministero del Lavoro, Garanzia Giovani, Google e Unioncamere	18/05/2016
12	Seminario	Società Benefit – Incontro/Confronto con il sen. Mauro Del Barba, promotore della legge	28/05/2016
13	Seminario/Esposizione	Adrion to Expo Venice	14/06/2016
14	Seminario☆	Incontri digitali del terzo tipo – Strategie Strumenti Progetti con Infocamere, Unioncamere, Istituto G. Tagliacarne e la partecipazione di Stefano Epifani	30/06/2016
15	Seminario/Matching☆	Terzo Laboratorio di Crescere in Digitale con Ministero del Lavoro, Garanzia Giovani, Google e Unioncamere	28/07/2016
16	Convegno☆	XIV Giornata dell'Economia 2016	16/07/2016
17	Seminario☆	Workshop tecnico CulturaCrea con MIBACT e Invitalia	20/09/2016
18	Incoming/B2B☆☆	Experience Italy South and Beyond	23/09/2016
19	Seminario	Presentazione del Corso di alta formazione "Progettazione e gestione di città e territori sostenibili" con Michele Dau (OCSE – CNEL)	14/10/2016
20	Convegno/B2B☆☆	Prima edizione di Mirabilia Food&Drink Taranto 2016	28/10/2016
21	Incoming☆☆	Prima edizione di Mirabilia Food&Drink Taranto 2016 (visite aziendali)	29/10/2016
22	Convegno☆	Società Benefit – Laboratorio Taranto con Infocamere, Unioncamere, Universitas Mercatorum e Mauro Del Barba	12/11/2016
23	Seminario formativo	Utilizzo del Suap Telematico con Infocamere	15/12/2016

☆ EVENTO NAZIONALE

☆☆ EVENTO INTERNAZIONALE

Preme illustrare in questa sezione, pur trattandosi di iniziative trasversali e, quindi, afferenti a più di un obiettivo assegnato a Subfor, alcuni degli eventi maggiormente significativi che l'Azienda ha organizzato su delega dell'Ente, in particolare quelli di livello nazionale ed internazionale dedicati ai temi dell'innovazione, della digitalizzazione e dello startup imprenditoriale che hanno dato enorme visibilità all'Ente camerale, anche grazie alla partecipazione molto ampia di imprese e cittadini ed agli straordinari risultati di engagement sui social raggiunti dall'Ufficio Comunicazione curato dall'Azienda.

Startup Europe Week Taranto 2016

Grazie all'impegno organizzativo dell'Azienda, si è realizzata a Taranto la prima Startup Europe Week, iniziativa lanciata da Startup Europe in collaborazione con la Commissione Europea ed il Comitato delle Regioni. Si tratta di un evento internazionale che ha coinvolto Stati ed oltre 350 Regioni europee, con l'obiettivo primario di stimolare il confronto sull'importanza delle politiche territoriali, quali elemento fondamentale per la creazione d'impresa e lo sviluppo del tessuto imprenditoriale locale.

L'evento di grande rilievo contenutistico e mediatico è stato occasione di networking per la creazione di una forte rete locale e ha dato la possibilità a startupper ed imprenditori di incontrare mentor, esperti ed investitori ai quali hanno esposto le proprie idee di business. Dopo il convegno istituzionale dal titolo "Taranto

Speeds Up”, la seconda sessione, denominata “Startup Speed Dating”, ha rappresentato il cuore dell’iniziativa finalizzata alla esposizione dei pitch delle idee imprenditoriali. Nel corso dell’evento il social media team dell’Ente, gestito dall’Azienda, è stato riconosciuto fra i top influencer a livello europeo.

Open Data Day Taranto 2016

È un evento internazionale che si svolge in contemporanea nel mondo, portato per la prima volta a Taranto grazie alla sollecitazione dei civic hacker ed all’impegno dell’Azienda. L’iniziativa si è svolta in due momenti: due talk sullo stato dell’arte degli Open Data in Puglia e sull’utilità degli OD per cittadini, imprese e territorio; un Hackathon dedicato a cultura e ambiente, suddiviso in tre track: luoghi della cultura a Taranto, monitoraggio ambientale e opportunità per le startup innovative.

Genuino Day 2016

È un evento internazionale, svoltosi nel 2016 per la terza volta presso la sede e con il fattivo supporto dell’Ente per il tramite dell’Azienda. L’iniziativa, convegnistica ed espositiva, che vede ormai nella Camera di commercio di Taranto il punto di riferimento per il territorio, ha coinvolto i maker meridionali e le scuole attive nell’utilizzo della famosa piattaforma Arduino (denominata Genuino fuori dagli Stati Uniti nel 2016), ed ha visto la partecipazione di alcune centinaia di persone che hanno potuto visitare l’esposizione e conoscere i numerosi progetti. Al talk

sull'artigianato digitale si è affiancata la presentazione di ARDUIDEE concorso per l'ideazione e la realizzazione con stampa 3D e hardware Arduino/Genuino di supporti per diversabili al quale hanno partecipato molte scuole tarantine.

Italian Internet Day 2016

L'evento di portata nazionale, approvato dalla Presidenza del Consiglio, è stato organizzato dall'Azienda e incentrato sul tema: "Open innovation e comunità digitali: scuola e impresa in Camera di commercio" per celebrare in modo originale i trent'anni esatti dall'avvio della prima connessione dell'Italia alla rete. Sviluppo delle economie locali, scuola digitale, servizi innovativi alle imprese sono stati gli argomenti affrontati nella prima, partecipata sessione, patrocinata dall'Ordine dei dottori commercialisti ed esperti contabili di Taranto, nel corso della quale sono stati anche presentati i progetti di digitalizzazione condotti dall'Ente camerale, per il tramite dell'Azienda, a favore del tessuto produttivo locale, dell'occupazione e dell'alternanza scuola - lavoro (Eccellenze in digitale, Crescere in digitale e Arsdigitalia) ed i servizi innovativi offerti al sistema imprenditoriale dalle Camere di commercio italiane insieme ad Infocamere. La seconda giornata, in collaborazione con CNA Taranto, Ordine degli Architetti di Taranto e alcuni fra i più attivi maker meridionali, è stata dedicata sull'artigianato digitale con il convegno formativo: "LA STAMPA

3D: dall'idea al prodotto" e l'esposizione ed applicazione pratica di tecnologie, attrezzature, materiali e tecniche di stampa 3D.

U.R.P. – Ufficio relazioni con il pubblico della Camera di commercio.

L'Azienda fornisce all'U.R.P. – Ufficio relazioni con il pubblico un costante e qualificato supporto tecnico ed organizzativo, curando la soddisfazione dell'utenza, rendendo evidenti le reali manifestazioni dei bisogni espresse dai propri interlocutori rispetto all'efficienza dei servizi erogati e delle strategie comunicative messe in atto, nonché alla funzionalità dei locali in cui l'Ente camerale ha sede.

L'Azienda conduce per l'Ente camerale numerose altre iniziative di customer relationship management, attuate attraverso strumenti di facile comprensione come il tempestivo invio di informazioni ed aggiornamenti ad una mailing list composta da circa 1.000 contatti e-mail, rispondendo ai quesiti posti tramite i canali social, effettuando analisi di soddisfazione su specifiche iniziative promozionali, monitorando i giudizi espressi (per il 54% pienamente positivi, nel 20% dei casi indicativo della necessità di ulteriore implementazione, suggerimento pienamente adottato nelle linee strategiche di programmazione per il 2017) attraverso l'applicazione disponibile sul sito istituzionale .

Segreteria amministrativo-contabile.

- Agromed s.r.l. Società Benefit

Impegnativa è stata l'attività, svolta dall'Azienda speciale Subfor, per conto dell'Ente camerale, di supporto amministrativo-contabile per la "Agromed s.r.l. Società Benefit" (già "Agromed società consortile a r.l."), società partecipata dalla Camera di commercio e dalla Provincia di Taranto, per la realizzazione della omonima infrastruttura agro-industriale.

Le funzioni espletate nel 2016, per il tramite dell'Azienda, si possono così riassumere:

- 1) servizio di sede operativa;
- 2) servizio di segreteria amministrativo-contabile e verbalizzazione delle riunioni degli Organi;
- 3) rapporti con l'Istituto di credito;
- 4) rapporti con i Soci, il Consiglio di Amministrazione, il Presidente, il Collegio sindacale;
- 5) espletamento iter amministrativo di trasformazione della Società e supporto nella predisposizione del nuovo Statuto societario.

Significativo è stato il supporto assicurato dall'Azienda nella definizione dell'iter amministrativo per la trasformazione della Società dalla forma di società consortile a responsabilità limitata in quella di società a responsabilità limitata benefit, forma questa prevista dall'art. 1, commi dal 376 al 384, della legge 28 dicembre 2015 n.208, nonché nella elaborazione del nuovo statuto societario adottato dalla Agromed.

L'Azienda, su delega dell'Ente Socio Camera di commercio di Taranto, ha dunque garantito anche per il 2016 la segreteria amministrativo - contabile della Società.

Patti territoriali.

L'Azienda speciale sin dall'avvio supporta la Camera di commercio che, com'è noto, riveste il ruolo di "Soggetto responsabile" dei Patti territoriali della provincia di Taranto costituiti dai Patti territoriali di "Taranto" e di "Castellaneta, Crispiano, Ginosa e Martina Franca" e da quello per "l'agricoltura e il turismo rurale della fascia orientale della provincia di Taranto", ruolo svolto avvalendosi dell'Azienda.

In considerazione dell'avvenuto completamento di tutti gli interventi imprenditoriali ed infrastrutturali ricompresi nell'ambito dei citati Patti territoriali, le attività svolte nel corso del 2016 hanno riguardato principalmente le procedure previste dal Decreto del Ministero del Tesoro, del Bilancio e della Programmazione economica n. 320 del 31 luglio 2000 per le approvazioni definitive dei programmi di investimento relativi agli interventi infrastrutturali realizzati dal Comune di Taranto e dal Comune di Martina Franca.

Fondazione Taranto e la Magna Grecia – Agenzia di sviluppo

Terra Jonica.

L'Azienda continua a svolgere la funzione di segreteria amministrativo contabile e di direzione generale della Fondazione "Taranto e la Magna Grecia - Agenzia di sviluppo Terra Jonica". In

tale ambito, oltre alle attività operative già descritte nelle sezioni 1) e 2), ha altresì coadiuvato la Presidenza dell’Agenzia negli adempimenti amministrativi obbligatori.

Attività a supporto delle altre Aree amministrative della Camera di commercio.

La professionalità e versatilità del personale ha consentito di offrire un valido e determinante sostegno professionale anche ad altre aree dell’Ente camerale, attraverso l’assegnazione a supporto di un numero cospicuo di dipendenti.

Anche nel 2016 si è assistito ad una sempre maggiore implementazione delle attività di supporto fornite dall’Azienda all’Area Anagrafica (nonché al già citato servizio Agricoltura dell’Area Regolazione del mercato e tutela della fede pubblica). Sei unità, di cui tre quadri aziendali con formazione di diritto societario, hanno assicurato un importante supporto all’Area Anagrafica, tra cui rientrano le funzioni proprie del Registro delle imprese, degli Albi e Ruoli nonché le altre complesse attività anagrafico – certificative. Due unità, di cui una con specifica formazione agronomica, sono dedicate, come detto, allo svolgimento delle attività del settore Agricoltura, coadiuvate, seppur parzialmente, da due ulteriori unità.

Una unità assicura, seppur parzialmente, attività di supporto all’Ufficio Affari del Personale dell’Ente camerale.

Una unità, infine, assicura il funzionamento dell'Ufficio di Segreteria di Presidenza della Camera di commercio di Taranto.