

Camera di commercio di Taranto  
Relazione sulla performance 2012

---

## **INDICE**

1. PRESENTAZIONE
2. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI ALTRI STAKEHOLDER ESTERNI
  - 2.1 Il contesto esterno di riferimento
  - 2.2 L'amministrazione
  - 2.3 I risultati raggiunti
  - 2.4 Le criticità e le opportunità
3. OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI
  - 3.1 Albero della performance
  - 3.2 Aree strategiche e obiettivi strategici - obiettivi operativi
  - 3.3 Obiettivi individuali
4. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITÀ
5. PARI OPPORTUNITÀ, BILANCIO DI GENERE, IMPRESA SOCIALE
6. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE
  - 6.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità
  - 6.2 Punti di forza e di debolezza del ciclo della performance

## 1. PRESENTAZIONE

La Relazione sulla Performance, in attuazione di quanto previsto dall'articolo 10, comma 1, lett.b) del decreto legislativo 150/09, è il documento che completa il Ciclo di gestione della Performance con riferimento all'annualità 2012. Essa consente di evidenziare a consuntivo dell'anno di riferimento i risultati raggiunti dall'Ente rispetto ai singoli obiettivi programmati nei documenti di previsione, con rilevazione degli eventuali scostamenti e dell'utilizzo delle risorse umane, finanziarie e strumentali.

La Relazione della Performance è anche strumento di trasparenza verso gli stakeholder interni ed esterni della Camera di Commercio (consumatori, imprese e loro associazioni, professionisti, altre istituzioni ma anche Organi camerali e personale) garantendo una adeguata trasparenza alla gestione strategica e operativa delle Amministrazioni Pubbliche. Essa può rappresentare al meglio lo sforzo quotidiano che l'Ente camerale intraprende ogni giorno per favorire lo sviluppo del sistema economico in tutte le sue componenti: dalle imprese con i loro dipendenti, ai liberi professionisti e ai cittadini, intesi quali consumatori protagonisti su un mercato regolato nel modo più corretto possibile. La Relazione sulla Performance è la sintesi di un processo dinamico tra Camera di commercio e rappresentanze economiche volto a cogliere nel modo più autentico possibile gli stimoli e le opportunità che attraversano il nostro territorio. Il tutto avendo come punto di riferimento imprescindibile quello della competitività dell'intero sistema economico. Alla luce anche dell'attuale congiuntura critica, diventa fondamentale affinare i propri strumenti e operare nel modo migliore così da rispondere alle difficoltà e, anzi, trasformarle in opportunità di crescita.

La Camera di Commercio di Taranto raffigura, quindi, in questo documento, le risultanze di performance conseguite nel 2012, rappresentando il grado di raggiungimento degli obiettivi strategici ed operativi, di gruppo e individuali previsti nel Piano della Performance.

La Relazione sulla Performance analizza, inoltre, la dimensione economico-finanziaria della performance dell'Ente, in termini di efficienza ed economicità.

La presente relazione descrive i risultati raggiunti rispetto agli obiettivi programmati per l'anno 2012.

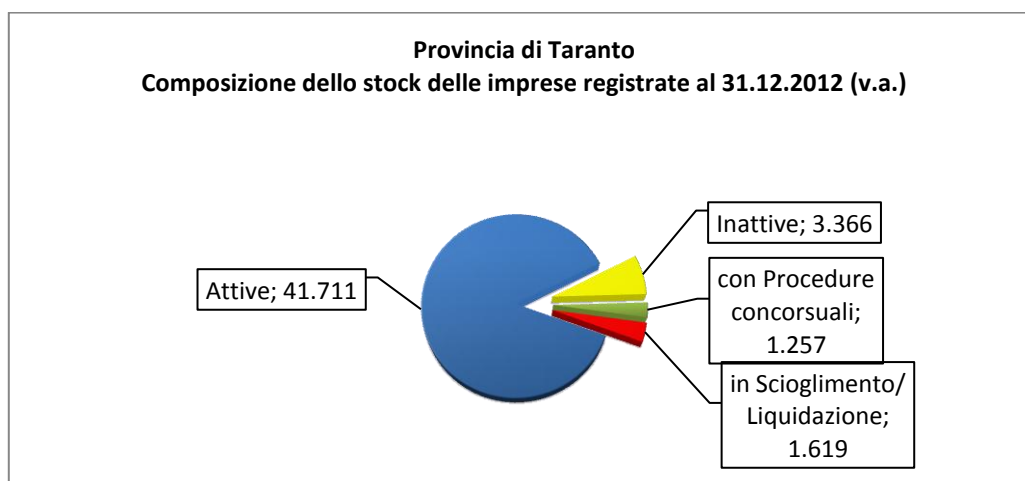
## 2. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI ALTRI STAKEHOLDER ESTERNI

### 2.1 Il contesto esterno di riferimento

Il 2012 è stato un anno particolarmente complesso per le dinamiche demografiche del sistema imprenditoriale tarantino. Forte è stata l'influenza dello scenario nazionale ed internazionale, entro il quale si sono innestate anche particolari circostanze di natura endogena che nel corso dell'anno hanno probabilmente condizionato in misura ulteriore l'andamento dei flussi di natalità e mortalità.

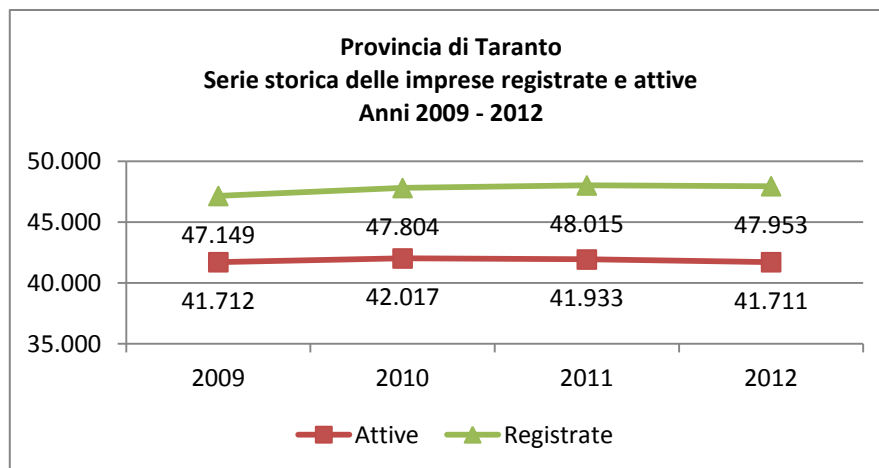
È opportuno, dunque, soffermarsi brevemente sull'analisi della consistenza della base imprenditoriale, verificando se ed in che misura la crisi abbia depauperato lo stock complessivo delle imprese operanti nella provincia di Taranto.

Si inizi con il rilevare che al 31 dicembre 2012 erano registrate presso la Camera di commercio di Taranto, in tutti i settori di attività economica, 47.953 imprese, pari all'1,7% in più rispetto al 2009. Tale stock era composto da 41.711 imprese attive, 4 sospese, 3.362 inattive, 1.257 con procedure concorsuali, 1.619 in scioglimento o liquidazione, ripartite per divisione di attività economica come da tavola di seguito riportata.



*Fonte: elaborazioni Centro Studi Cciao Taranto su dati Infocamere – Stockview*

Con riferimento alle sole imprese attive, lo stock complessivo, pari, come detto, a 41.711 unità, presenta valore identico, in termini numerici, a quello registrato nel 2009. Per questo indicatore si è tuttavia registrato nel quadriennio 2009-2012 un andamento incostante: il positivo ed incoraggiante incremento dello 0,7% fra 2009 e 2010 si è arrestato fra il 2010 ed il 2011 (-0,2%) e fra il 2011 ed il 2012 (-0,5%). Nel suo complesso, però, la base imprenditoriale realmente attiva, pur avendo subito perdite nel segmento intermedio del periodo considerato, sembra, in apparenza, essere sostanzialmente stabile.



*Fonte: elaborazioni Centro Studi Cciao Taranto su dati Infocamere – Stockview*

Se messo a confronto con il resto delle province italiane, poi, il risultato della provincia di Taranto è apprezzabile: con solo una unità attiva persa, essa si colloca nella parte più alta della classifica, superata da Lecce (al 4° posto) e Foggia (al 24°), ma con una performance migliore di Brindisi (83°) e Bari (al 102° posto).

Parallelamente all'analisi degli stock, è utile leggere i dati sull'andamento dei flussi di iscrizioni e cessazioni. Tale approfondimento, che pure restituisce in modo parziale la fotografia del sistema, tuttavia ne evidenzia alcuni aspetti di vitalità legati soprattutto al permanere o meno di una volontà di intrapresa che testimonia il tentativo di un sistema economico di restare in equilibrio nonostante le numerose difficoltà ed i disincentivi ad avviare una nuova attività.

Alla fine del 2012 il saldo imprenditoriale è stato pari a +86 unità, risultato restituito dalla differenza fra 3.142 iscrizioni e 3.056 cessazioni. Certamente migliore era stato il bilancio 2011, pari a +252 unità, ed ancora più elevato era stato il saldo 2010, con +860 imprese, mentre nel 2009 il saldo di 55 imprese aveva reso meglio la complessità della crisi in pieno svolgimento.

E tuttavia, il valore assoluto delle iscrizioni 2012 è il più alto dell'ultimo quadriennio - circostanza, questa, di particolare interesse - e riesce ancora a compensare il pur elevato aumento delle cessazioni.

Insomma, se si considera la gravità dello scenario economico generale e locale e le difficoltà quotidianamente vissute dalle aziende, sorprende una tale capacità di sopravvivenza e di riproduzione - pur limitata - del sistema. Una più approfondita lettura, in particolare relativa al valore aggiunto, conduce, tuttavia, alla interpretazione che ciò derivi da pesanti e spesso dolorosi aggiustamenti nell'utilizzo delle risorse (economico - finanziarie, umane, ecc.) con la conseguenza di un decremento della redditività e dell'occupazione ed, in ultima analisi, un effettivo depauperamento del tessuto imprenditoriale, non tanto e non solo in termini numerici quanto sostanziali.

Il tasso di crescita medio annuo del Valore aggiunto della provincia di Taranto decresce, infatti, in termini reali di un punto percentuale nel periodo 2011-2012. L'export, nello stesso periodo, presenta una crescita media del 16,7%, mentre la spesa per consumi delle famiglie si è attestata su una crescita media dello 0,5% ed, infine, il livello dell'occupazione non presenta segnali di crescita.

## 2.2 L'amministrazione

### Le risorse umane.

L'intera struttura amministrativa è coordinata dal **Segretario generale dr. Francesco De Giorgio nominato con decreto dal Ministero dello Sviluppo economico**. Le funzioni di Segretario generale, in caso di assenza e/o impedimento del titolare, sono svolte dal vice segretario generale vicario dr.ssa Claudia Sanesi.

L'assetto attuale delle Aree organizzative della Camera di commercio di Taranto è la seguente:

#### AREA AMMINISTRATIVO-CONTABILE E LEGALE

Dirigente: Segretario generale dr. Francesco De Giorgio

- servizio Affari generali
- gestione patrimoniale e finanziaria dell'Ente
- settore informatico camerale
- Ufficio Affari del personale
- Ufficio Affari legali

#### AREA ECONOMICO-PROMOZIONALE

Dirigente: Segretario generale dr. Francesco De Giorgio

(Az. Speciale SUBFOR)

- attuazione degli interventi di promozione del territorio
- strumenti della programmazione negoziata e all'attività concertativa (fatta eccezione per i Patti territoriali, la cui responsabilità resta riservata al vice Segretario generale Vicario dr.ssa Claudia Sanesi, che ha seguito i medesimi sin dalla loro approvazione)
- servizi organizzativi, di assistenza e consulenza
- gestione degli sportelli ed organismi di assistenza alle imprese
- attività diretta alla diffusione di sistemi alternativi di risoluzione delle controversie
- attività diretta al trasferimento dell'innovazione comprendente la gestione del servizio deposito dei marchi e brevetti
- servizio di documentazione
- attuazione di specifici progetti di promozione economica finanziati con risorse nazionali e comunitarie in collaborazione con altri soggetti pubblici e privati
- gestione del settore statistica e prezzi
- gestione del servizio di comunicazione istituzionale interna ed esterna
- gestione dell'URP – Ufficio relazioni con il pubblico

- gestione attività di rappresentanza della Camera di commercio in enti ed organismi vari, relazioni esterne, convegni e riunioni, cerimoniale
- gestione dei servizi amministrativo-funzionali a supporto delle società partecipate
- coordinamento delle attività amministrativo-contabili dell'Azienda speciale Subfor

#### AREA ANAGRAFICA

Dirigente: vice Segretario generale Vicario dr.ssa Claudia Sanesi

- Ufficio del Registro delle imprese
- Ufficio Albi e Ruoli – Commercio estero
- Ufficio comunicazioni con enti
- Ufficio rilascio smart card (CNS) e business key (BSK)
- Servizi legati agli strumenti della programmazione quali la gestione dei Patti territoriali

#### AREA PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO E LA TUTELA DELLA FEDE PUBBLICA

Dirigente: vice Segretario generale Vicario dr.ssa Claudia Sanesi

- ufficio metrologia legale – funzioni ispettive e di controllo
- registro degli assegnatari del marchio di identificazione per metalli preziosi
- ufficio funzioni ispettive e di vigilanza (ex competenze UPICA)
- ufficio per la tenuta del registro informatico dei protesti
- ufficio sanzioni
- servizio agricoltura

Nella tabella di seguito riportata, nella colonna 3 è rappresentata l'attuale dotazione organica dell'Ente, approvata dal Consiglio camerale con delibera n.14 del 17.12.2007 ed in colonna 4, invece, sono riportati i posti realmente occupati alla data del 31.12.2012:



<b>Categ.</b>	<b>Profili professionali</b>	<b>Dotaz. per profilo</b>	<b>Posti occupati</b>
<b>Dirig.</b> <b>3</b>	- Vice Segretario generale	3	2
<b>D</b> <b>18</b>	- Funzionario ai servizi amministrativo-contabile, giuridico e di regolazione del mercato  - Collaboratore amministrativo-contabile, giuridico e di regolazione del mercato    - Collaboratore ai servizi informatici e di rete	1  16   1	<b>9</b>
<b>C</b> <b>21</b>	- Assistente amministrativo e contabile  - Assistente ai servizi tecnici	20  1	<b>13</b>
<b>B</b> <b>6</b>	- Operatore servizi tecnico-amm.vi, contabili e di rete  - Esecutore servizi tecnico-amministrativi	2  4	<b>4</b>
<b>A</b> <b>4</b>	- Addetto ai servizi ausiliari, di portineria e di custodia	4	<b>4</b>
<b>TOTALI</b>		<b>52</b>	<b>32</b>

Il personale in servizio a tempo indeterminato al 31.12.2012 risulta pari a 32 unità di personale a vari livelli – di cui 2 unità di categoria D a tempo parziale con percentuali variabili e n.2 unità di personale dirigenziale incluso il Segretario generale. Non è in servizio alcun dipendente con contratto a tempo determinato.

Le risorse economiche

	Consuntivo anno 2011	Preventivo iniziale anno 2012	Consuntivo anno 2012
<b>GESTIONE CORRENTE</b>			
<b>A) Proventi Correnti</b>			
<i>DIRITTO ANNUALE</i>	7.573.539,41	7.346.301,47	7.829.789,62
<i>DIRITTI DI SEGRETERIA</i>	1.751.173,05	1.714.589,41	1.631.317,73
<i>CONTRIBUTI TRASFERIMENTI ED ALTRE ENTRATE</i>	475.776,37	347.464,71	213.277,17
<i>PROVENTI GESTIONE SERVIZI</i>	136.785,99	211.613,53	217.211,90
<i>VARIAZIONE DELLE RIMANENZE</i>	-18.254,39	0,00	-1.258,81
<i>PROVENTI CORRENTI</i>	9.919.020,43	9.619.969,12	9.890.337,61
<b>B) Oneri Correnti</b>			
<i>PERSONALE</i>	1.845.597,72	1.897.630,77	1.769.389,04
<i>FUNZIONAMENTO</i>	3.806.030,51	3.809.927,85	4.004.606,51
<i>INTERVENTI ECONOMICI</i>	2.174.893,91	2.369.699,47	1.761.187,68
<i>AMMORTAMENTI ED ACCANTONAMENTI</i>	2.454.477,04	2.110.939,55	2.624.574,19
<i>FONDI RISCHI ED ONERI</i>	0,00	0,00	0,00
<i>ONERI CORRENTI</i>	10.280.999,18	10.188.197,64	10.159.757,42
<b>RISULTATO GESTIONE CORRENTE</b>	<b>-361.978,75</b>	<b>-568.228,52</b>	<b>-269.419,81</b>
<b>C) GESTIONE FINANZIARIA</b>			
<i>GESTIONE FINANZIARIA</i>	133.810,73	70.798,12	110.188,48
<b>D) GESTIONE STRAORDINARIA</b>			
<i>PROVENTI STRAORDINARI</i>	712.955,83	0,00	1.104.592,93
<i>ONERI STRAORDINARI</i>	115.051,74	0,00	573.718,65
<i>GESTIONE STRAORDINARIA</i>	597.904,09	0,00	530.874,28
<b>E) Rettifiche di valore attività finanziaria</b>			
<i>RETTIFICHE DI VALORE ATT.FINANZIARIA</i>	0,00	0,00	11.000,09
<b>CONTO ECONOMICO</b>	<b>369.736,07</b>	<b>-497.430,40</b>	<b>382.643,04</b>

### **Le partecipazioni e l'azienda speciale.**

La Camera di commercio di Taranto detiene quote di partecipazione nei seguenti organismi, ritenuti necessari per il conseguimento delle finalità istituzionali, quale strumento strategico determinante per gli obiettivi di sviluppo del territorio e di potenziamento dei servizi offerti:

C.S.A. Consorzio Servizi Avanzati S.c.p.a.

Infocamere S.c.p.a.

SEAP S.p.a. Aeroporti di Puglia

Tecno Holding S.p.a.

PROMEM SUD-EST S.p.a.

Borsa Merci Telematica Italiana S.c.p.a.

Tecno Service Camere S.c.p.a.

Interfidi Consorzio di garanzia collettiva fidi

Distripark Taranto S.c.a r.l.

Agromed S.c.a r.l.

Retecamere S.c.a r.l.

Ecocerved S.c.a r.l.

Isnart S.c.p.a.

Sistema Impresa S.c.a r.l. Centro di assistenza tecnica

C.A.T. Sviluppo Impresa S.r.l.

Universitas Mercatorum S.c.a r.l.

IC Outsourcing S.c.a r.l.

Job Camere S.r.l.

Dintec S.c.r.l.

Al migliore assolvimento dei compiti istituzionali concorrono sinergicamente quegli organismi ai quali l'Ente camerale ha deciso, con una politica di affidamento diretto "in house", di demandare quelle attività non qualificabili come funzioni amministrative delegate dallo Stato o come attività propriamente amministrativo-contabili interne; a questi si aggiungono gli organismi cui l'Ente partecipa ex lege (unione regionale e nazionale) e gli altri enti consortili del sistema.

A ciò si aggiunge l'apporto di un altro strumento duttile e flessibile di cui oltre la maggior parte delle Camere di commercio italiane si avvale per gestire iniziative e progetti innovativi soprattutto nei campi della formazione e dell'orientamento professionale, del sostegno all'internazionalizzazione del tessuto economico, della qualificazione delle filiere, della diffusione dell'innovazione, costituito dalle **Aziende speciali**.

**Subfor**, l'Azienda speciale della Camera di commercio di Taranto ha, appunto, per oggetto lo svolgimento di attività di interesse pubblico, senza fine di lucro, che s'inquadrano nell'ambito dell'azione di promozione dell'economia provinciale, quali, ad esempio, l'internazionalizzazione, l'organizzazione delle attività di informazione/formazione connesse agli obiettivi camerali, l'analisi e la diffusione di dati economico - statistici e, non ultima, la Camera Arbitrale e l'Organismo di mediazione civile e commerciale di cui al d.lgs.4.3.2010, n.28, nuovamente obbligatoria in virtù del decreto-legge 21 giugno 2013, n. 69.

## 2.3 I risultati raggiunti

### Grado di raggiungimento degli obiettivi operativi programmati

	valore assoluto	valore %
Obiettivi operativi raggiunti	35	85%
Obiettivi operativi raggiunti parzialmente	1	2%
Obiettivi operativi non raggiunti	5	12%
Obiettivi operativi pianificati	41	100%

### Andamento (%) delle risorse disponibili e delle spese sostenute

<b>PROVENTI</b>		
A preventivo	A consuntivo	Risorse disponibili rispetto a quelle preventivate fatte pari a 100 (%)
€ 9.619.969	€ 9.890.338	102,8%
<b>ONERI</b>		
<b>Spese promozionali</b>		
A preventivo	A consuntivo	Spese sostenute rispetto a quelle preventivate fatte pari a 100 (%)
€ 2.369.699	€ 1.761.188	74,3%
<b>Spese per il personale</b>		
A preventivo	A consuntivo	Spese sostenute rispetto a quelle preventivate fatte pari a 100 (%)
€ 1.897.631	€ 1.769.389	93,2%
<b>Spese di funzionamento</b>		
A preventivo	A consuntivo	Spese sostenute rispetto a quelle preventivate fatte pari a 100 (%)
€ 3.809.928	€ 4.004.606	105,1%

## 2.4 Le criticità e le opportunità

Nel presente paragrafo vengono evidenziate le sopraggiunte criticità che hanno condizionato il raggiungimento degli obiettivi pianificati o le opportunità che la Camera ha saputo sfruttare per ottenere performance superiori rispetto ai target previsti.

Riguardo alle criticità, va evidenziato come il contesto di riferimento provinciale ha conosciuto, a partire dal terzo trimestre del 2012, mutamenti drammatici, i cui riflessi macro e microeconomici non sono ancora completamente valutabili. La vicenda giudiziaria che ha coinvolto l'Ilva – non prevedibile alla data di approvazione della programmazione pluriennale - e le relative conseguenze sul piano della produzione e del valore aggiunto avranno certamente ripercussioni di grande rilievo sull'economia locale (oltreché nazionale) che, anche oggi, non è possibile leggere in termini di scenario previsionale, in assenza di proiezioni e studi in merito agli effetti determinabili sull'indotto imprenditoriale, sull'interscambio provinciale, sui traffici portuali e sull'occupazione. Ciò rende particolarmente instabile il contesto attuale ed estremamente fluide le previsioni, non chiaramente definibili sotto il profilo statistico e solo ipotizzabili sotto il profilo concettuale.

Certamente quantificabile, invece, è l'effetto che la vicenda Ilva ha avuto e continua ad avere sull'immagine del territorio tarantino, gravemente compromessa dagli eventi accennati, e, conseguenzialmente sulle possibilità di intervento a sostegno dei settori vocazionali, nonché per l'incremento delle potenzialità attrattive dell'area. Estremamente più difficoltoso, sia sotto il profilo contenutistico sia temporale, appare, infatti, il tentativo - pur sostenuto dalle precise modalità attuative previste dalla programmazione camerale – di dare corso ad un'azione di potenziamento dell'offerta localizzativa, così come, del resto, di valorizzazione delle peculiarità territoriali.

Le azioni prospettate a supporto dell'obiettivo di marketing territoriale, che l'Ente aveva inserito fra quelli prioritari in sede di programmazione, sono risultate, ovviamente, inadeguate a fronteggiare l'infausto esito della questione Ilva su quella che viene definita "reputazione turistica" (ma anche agroalimentare) della provincia, ormai decisamente danneggiata, tanto da suggerire il posticipo del loro avvio in considerazione di uno scenario economico profondamente mutato e incerto. Il concreto avvio dei percorsi di superamento delle trattate criticità (bonifiche, ambientalizzazione impianti, attuazione AIA, ecc.), costituisce un elemento prodromico alla ripresa di alcune delle programmate azioni.

L'attuazione degli obiettivi programmatici è andata, inoltre, ad impattare con una problematica di fondamentale importanza per l'Ente, rappresentata dal progressivo depauperamento dell'organico della Camera di commercio, che ha raggiunto il livello di guardia nel 2011 e che si è ulteriormente aggravata nel

2012. La risoluzione della problematica occupazionale trova, purtroppo, un decisivo ostacolo nei limiti posti dalla legislazione vigente in relazione al reperimento delle risorse umane.

Sul versante delle opportunità, vanno evidenziate le recenti novità legislative finalizzate a favorire forme di aggregazione e concentrazione di imprese, nonché forme giuridiche semplificate. In un territorio caratterizzato da micro e piccole imprese, il contratto di rete rappresenta la prima volontà di stare insieme in una logica di filiera orizzontale e verticale, nell'intento di competere verso mercati più importanti. L'Ente camerale ha strutturato la propria attività formativa e promozionale allo scopo di sensibilizzare le imprese con l'obiettivo di spingerle a cogliere tali opportunità.

### **3. OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI**

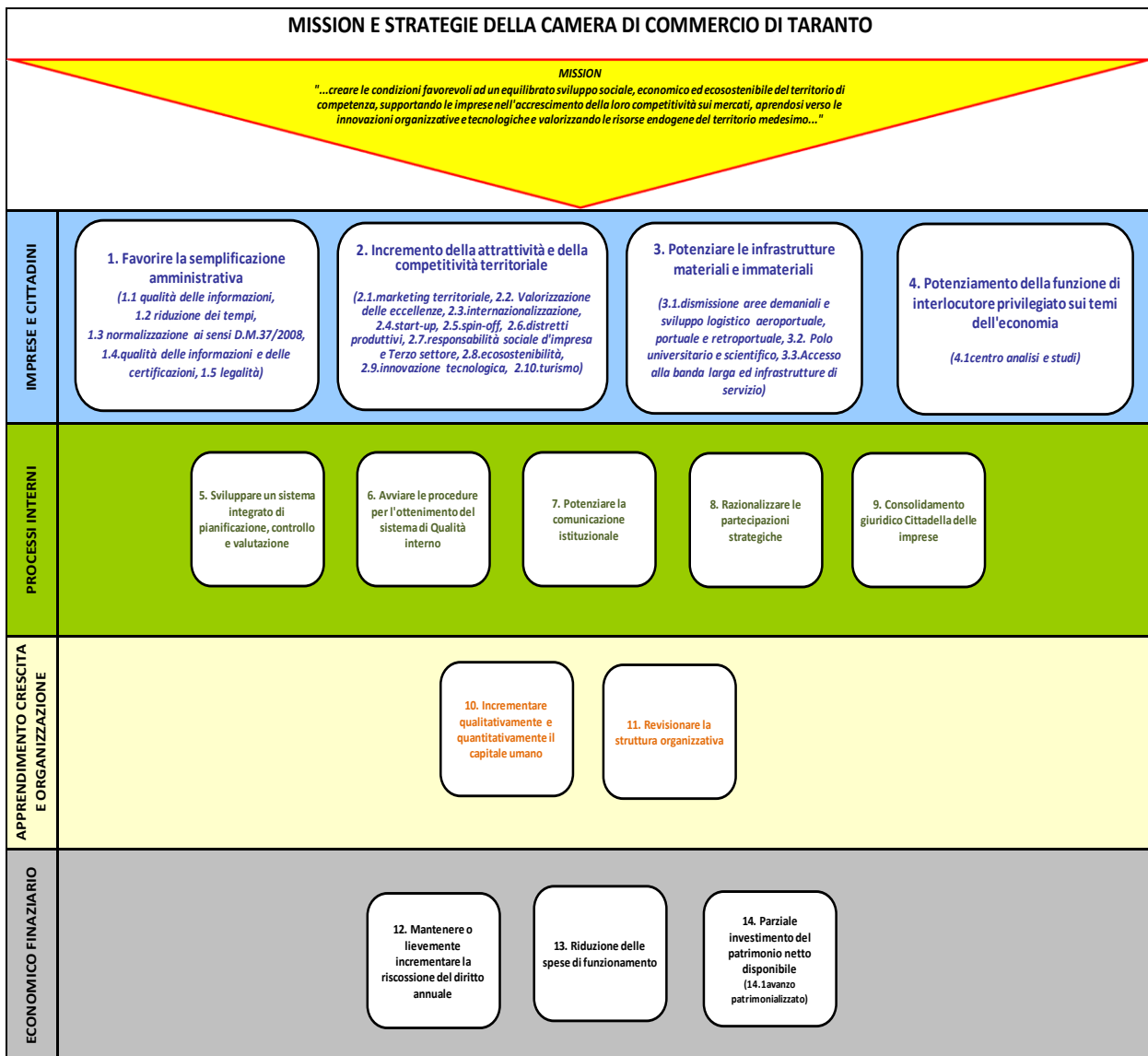
#### **3.1 Albero della performance**

L'albero della performance è una mappa logica che rappresenta (anche graficamente) i legami tra mandato istituzionale, missione, aree strategiche, obiettivi strategici e piani operativi (che individuano obiettivi operativi, azioni e risorse). In pratica questa mappa dimostra come gli obiettivi ai vari livelli e di diversa natura contribuiscano, all'interno di un disegno strategico complessivo coerente, al mandato istituzionale e alla missione. Nella logica dell'albero della performance il mandato istituzionale e la missione sono articolati in aree strategiche.

Al fine di consentire una sintetica comprensione delle linee strategiche che la Camera di commercio intende perseguire nel quadriennio della durata del mandato dell'attuale *governance*, è stata elaborata, pertanto, la seguente matrice nella quale, partendo dalla missione attribuita agli Enti camerali dalla recente legge di riforma (D. Lgs. 23/2010) della legge 580/1993, sono state distribuite le aree strategiche in funzione del loro prevedibile effetto su:

- a) **IMPRESI E CITTADINI** della provincia di Taranto;
- b) **PROCESSI INTERNI** all'Ente camerale;
- c) **APPRENDIMENTO, CRESCITA E ORGANIZZAZIONE** della Camera di commercio;
- d) ambito **ECONOMICO – FINANZIARIO**.





Per ognuna delle aree strategiche individuate, sono stati precisati obiettivi strategici (ambiti generali di intervento), obiettivi operativi (specifici per il perseguimento della strategia) ed azioni (per la effettiva attuazione degli obiettivi ed il raggiungimento dei risultati prefissi). Sono stati, inoltre, esplicitati gli indicatori necessari alla valutazione di ognuna delle azioni previste, nonché l'eventuale destinazione delle risorse all'obiettivo.

### 3.2 Aree strategiche e obiettivi strategici - obiettivi operativi

<b>AREA STRATEGICA</b>		
<b>1. Favorire la semplificazione amministrativa</b>		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
<b>1.1 Qualità delle informazioni. Normalizzazione dell'allineamento libri soci</b>		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
<b>1.1.1. Normalizzazione dell'allineamento libri soci per garantire alle imprese la tenuta delle informazioni relative agli assetti societari.</b>		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Estrazione elenchi e visure ed istruttoria per permettere la riorganizzazione per interventi omogenei	Estrazioni e lavorazione consequenziale	SI  (con riferimento alle situazioni prioritarie che sono state individuate essere quelle che presentano dei gravami cioè pegni, patto di riservato dominio, ecc.)
2. Predisposizione inviti alla regolarizzazione	Note	SI

<b>AREA STRATEGICA</b>		
1. Favorire la semplificazione amministrativa		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
1.2 Efficienza e riduzione dei tempi di lavorazione delle pratiche telematiche con riduzione delle fasi di lavoro		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
1.2.1.Procedere per categorie di codice atto, alla lavorazione delle sospensioni e dei rigetti in modalità telematica		
<b>AZIONI</b>	<b>(indicatore di valutazione)</b>	
<b>Target 2012</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>	
1.Analisi periodica delle fasi del processo, adozione di correttivi e standardizzazione dei contenuti	Report	SI
2.Acquisizione dello strumento e formazione	Training ed avvio della procedura	SI Sulla fase di sospensione e su modelli I1 e I2 per selezione di unità lavorative.
3.Identificazione delle categoria dei codici atto e verifica semestrale con adozione dei correttivi	n. 2 monitoraggi semestrali	SI Verifica online con frequenza superiore e costante.

<b>AREA STRATEGICA</b>		
1. Favorire la semplificazione amministrativa		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
1.3 Qualità delle informazioni. Normalizzazione ai sensi del D.M.37/2008 (che ha sostituito la L.46/90).		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
1.3.1. Normalizzazione delle visure delle imprese di installazione ex L.46/90 in assenza di norma transitoria che ne disciplini il passaggio		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Campagna di sensibilizzazione	Comunicazione	SI Svolta una azione di comunicazione nazionale.
2. Estrazione dell'elenco dei codici Ateco pertinenti dalla banca dati Ulisse per anni di riferimento e delle visure procedendo all'istruttoria delle singole pratiche	Estrazione delle posizioni e lavorazione consequenziale	SI

3. Invito alla regolarizzazione	Report sulla percentuale di accoglimento dell'invito alla regolarizzazione	SI Sfruttando la presenza del Conservatore nel Comitato normativo Infocamere si è ottenuta la Istituzione del Tavolo nazionale e lavorazione centralizzata delle pratiche. Necessario intervento solo su imprese non incluse nella lavorazione nazionale.
4. Istruttoria ed evasione delle pratiche telematiche	Monitoraggio	SI
5. Inibizione e cancellazione per le ditte individuali ed inattivazione per le Società	Predisposizione provvedimento	SI Sensibilizzazione con riferimento alle situazioni prioritarie che vengono progressivamente individuate e segnalazione all'Albo Artigiani della Regione Puglia delle normalizzazioni manuali da effettuare.

<b>AREA STRATEGICA</b> <b>1. Favorire la semplificazione amministrativa</b>
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b> <b>1.4 Qualità delle informazioni e delle certificazioni rilasciate dall'ufficio</b>
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b> <b>1.4.1. Le cancellazioni di ufficio ai sensi del DPR 247/2004 e degli artt 2490 e 2495 del c.c.</b>

<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Interazione con il Tribunale	Costituzione del tavolo	SI
	Rinnovo e attualizzazione della convenzione	SI In luogo, attività condotta nel rispetto della normativa di adeguamento dell'Anagrafe. Rallentamento delle attività della cancelleria del Tribunale causa ritardi nelle attività di notifica ai terzi.
2. Monitoraggio annuale	Report annuale	SI

3.Introduzione della telematica nello scambio della documentazione attraverso PEC ed adozione di semplificazione condivise per gli adempimenti.	Info - telematizzazione delle procedure	SI
4.Estrazione elenchi mirati da Infocamere	Richiesta annuale della estrazione per il 247/2004 e per gli artt. 2490 e 2495 ad Infocamere	SI Estrazioni effettuate autonomamente dall'Ufficio.
5.Avviamento delle procedura di notifica con introduzione della PEC	n. 4 monitoraggi trimestrali dell'incremento delle notifiche tramite sistema misto	SI In luogo, adozione Albo on line.
6.Provvedimento Conservatore	Predisposizione bozza	SI
7.Predisposizione bozza provvedimento del Giudice Delegato al Registro delle Imprese	Predisposizione bozza	SI
8.Comunicazione all'Ufficio delle Entrate del consolidamento delle cancellazioni per la regolarizzazione della posizione tributaria	N. 100 comunicazioni	SI Parzialmente condotte a causa del ritardo attività Tribunale, nelle more della notifica del provvedimento del Giudice delegato.

<b>AREA STRATEGICA</b>		
1. Favorire la semplificazione amministrativa		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
1.5 Legalità		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
1.5.1. Qualificare e promuovere il Registro imprese quale hub informativo verso le pubbliche amministrazioni per la garanzia della legalità		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Incontri mirati con le PA ed attività formativa rivolta alle PA	N. 4 seminari per le PA e Convegno	SI Parzialmente condotto con l'Ufficio delle Entrate del Comune di Taranto.
2. Predisposizione risorse per l'utilizzo gratuito degli applicativi da parte delle PA coinvolte	Pagamento utilizzo degli applicativi	SI Attivazione Certifica PA, divulgata su Provincia, Comune ed altre Istituzioni interessate.
<b>AZIONI intervenute in corso di esercizio</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito</b>



Applicazione dei regolamenti per gli ex ruoli.	Divulgazione	SI
Attuazione della Comunicazione unica per l'Artigianato.	Inserimento nella lavorazione telematica	SI
Srl semplificate ed a Capitale ridotto: informazione sulle modalità attuative e collaborazione con il sistema nazionale per l'adeguamento della tecnologia.	Attuazione Azione	SI
Nuova procedura sanzionatoria per le PEC.	Applicazione	SI

<b>AREA STRATEGICA</b>		
<b>2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale</b>		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
<b>2.1. Marketing territoriale</b>		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
<b>2.1.1. 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.</b>		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Controllo del flusso di arrivo e di evasione delle pratiche telematiche	N. 4 report trimestrali	SI
2. Attività formativa rivolta ai Comuni in avvalimento	N. 2 seminari formazione	SI
3. Concessione in utilizzo gratuito dell'applicativo da parte dei Comuni in avvalimento	Utilizzo gratuito dell'applicativo da parte dei Comuni in avvalimento	SI

<b>AREA STRATEGICA</b>		
<b>2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale</b>		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
<b>2.1. Marketing territoriale</b>		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
<b>2.1.2. Istituire un sistema di regole e servizi per il mercato immobiliare tarantino con connesso sistema di accreditamento degli operatori, sotto la supervisione della Camera di commercio quale Ente super partes</b>		
<b>2.1.3 Istituzione di una Borsa immobiliare provinciale</b>		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Istituzione della Borsa immobiliare provinciale in collaborazione con Tecnoborsa Scpa	Sottoscrizione quote in Tecnoborsa Scpa	SI
	Istituzione della Borsa	Sono stati approvati i Regolamenti che disciplinano l'operatività della BI.TA. I comitati di Borsa si sono insediati in data 07/03/2013.

<b>AREA STRATEGICA</b>		
<b>2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale</b>		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
<b>2.1. Marketing territoriale</b>		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
<b>2.1.4. Definizione di un'offerta localizzativa integrata delle diverse aree per insediamenti produttivi presenti nei Comuni della provincia di Taranto</b>		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Definizione dell'offerta localizzativa – Studio di fattibilità	Congruità dei dati rilevati (75%)	NO  1. obiettivo operativo fortemente condizionato dalla imprevedibile evoluzione della vicenda giudiziaria ILVA che, sino a risoluzione, influenza azioni di marketing territoriale;  2. Commissione consiliare insediata in data 20/09/2012 e operativa
2. Piattaforma software	Grado di aggiornamento dati (25%)	NO =

3.Promozione dell'attrattività economica del territorio	N. 3 eventi di promozione	NO =
4.Accompagnamento e sostegno alle imprese esterne che si insediano sul territorio	N. 5 imprese contattate al fine dell'insediamento	NO =

<b>AZIONI intervenute in corso di esercizio</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito</b>
Tavolo istituzionale della mobilità della provincia di Taranto	Insediamento	SI
Insediamento Commissione Marketing territoriale	Insediamento	SI

<b>AREA STRATEGICA</b>			
<b>2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale</b>			
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>			
<b>2.2. Valorizzazione delle eccellenze</b>			
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>			
<b>2.2.1. Creare un sistema di selezione delle eccellenze imprenditoriali locali ai fini della realizzazione di azioni di supporto e promozione delle stesse anche in ambiti fieristici nazionali ed internazionali, in raccordo con il piano promozionale di Unioncamere Puglia</b>			
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>	
1. Costituzione di un tavolo settoriale ed intersettoriale di valutazione e selezione	Costituzione del tavolo	In corso d'anno, l'esigenza di supportare e promuovere la filiera enoagroalimentare di qualità, ha portato l'Ente camerale a concentrare le azioni sull'attività quale Organismo di controllo.	
	Report annuale		
<b>AZIONI intervenute in corso di esercizio</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito</b>	<b>Inserimento in programmazione pluriennale</b>

<p>Designazione quale autorità pubblica allo svolgimento dei controlli previsti dall'art.118 septdecies del Reg. (Ce) n. 1234/07, e succ. disposizioni applicative, nei confronti di tutti i soggetti che operano all'interno delle filiere delle D.O. "Primitivo di Manduria dolce naturale", "Primitivo di Manduria", "Lizzano", "Martina Franca o Martina", "Colline joniche tarantine", "Aleatico di Puglia", e delle I.G. "Puglia", "Salento", "Tarantino", "Valle D'Itria", "Murgia" e "Daunia".</p>	<p>Decreto del Ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali (emesso in data 31.07.2012)</p>	<p>SI</p>	<p>SI</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------	-----------

<b>AREA STRATEGICA</b>		
<b>2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale</b>		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
<b>2.3 Internazionalizzazione del sistema imprenditoriale</b>		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
<b>2.3.1. Favorire la conoscenza dei Paesi, dei settori, delle opportunità e degli strumenti per consentire un accesso consapevole delle Pmi ai mercati internazionali</b>		
<b>2.3.2. Promuovere la cultura dell'aggregazione, anche temporanea, di imprese al fine della realizzazione di iniziative condivise</b>		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1.Analisi dei mercati strategici	Redazione di una Guida di orientamento ai mercati esteri	SI Nel corso del 2012 l'Ente camerale ha aderito all'iniziativa di sistema Unioncamere "Worldpass", finalizzata, fra l'altro, proprio alla messa in rete di tutte le informazioni (guide, strumenti di confronto, ecc.) necessarie per la conoscenza dei mercati esteri. È stata comunque redatta una matrice delle opportunità strategiche di mercato sulla base dei dati comunicati dalle imprese.
2.Country presentation	N. 5 country presentation	SI



3.Seminari di formazione sulle tecniche di commercio internazionale	N. 3 seminari	SI Esigenza non emersa dall'analisi dei fabbisogni delle imprese iscritte al database camerale. Azione sostituita da assistenza tecnica one to one da parte del TEM	
4.Sottoscrizione di protocolli operativi con Camere di commercio estere ed italiane all'estero	N.1 protocollo sottoscritto	SI Sottoscritta Convenzione con la Camera di commercio italiana per la Germania, immediatamente operativa nel 2012.	
5.Trade & Support Office e Piattaforme logistiche per l'internazionalizzazione (include missioni all'estero)	Costituzione del Trade & Support Office	L'azione è stata riprogrammata per il 2014.	
	n. 5 missioni all'estero	SI (1 outgoing; 2 incoming)	
6. azioni promozionali per l'apertura di strutture all'estero per il lancio e la diffusione di nuovi prodotti e servizi o l'acquisizione di nuovi mercati; studi di prefattibilità e fattibilità connessi a programmi di investimento all'estero commerciale o produttivo	N. 1 richiesta di realizzazione degli studi di fattibilità	L'azione è stata riprogrammata per il 2014.	
<b>AZIONI intervenute in corso di esercizio</b>	<b>Target 2012</b> <b>(indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito</b>	
Insediamiento Commissione Internazionalizzazione	Insediamiento	SI	

<b>AREA STRATEGICA</b>		
2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
2.4.Start up		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
2.4.1. Incentivare la creazione d'impresa		
2.4.2. valorizzare il patrimonio innovativo locale		
2.4.3. sviluppare l'imprenditorialità femminile		
2.4.4. promuovere la nascita e lo sviluppo di nuove imprese giovanili in stretto raccordo con le proposte progettuali finanziate dalla Regione nell'ambito della sue politiche di attivazione giovanile (Bandi Principi Attivi, Start Cup, Start up)		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
2.Contributo allo start up d'impresa a prevalenza femminile	Emanazione del bando	Azioni non più realizzate per aggiornamento degli obiettivi operativi in corso d'anno
	Erogazione contributi ≥50% importo bandito	

3.Iniziative di formazione/informazione per imprese innovative, femminili e giovanili	n. 3 iniziative di formazione/ informazione	SI
4.Scouting delle proposte progettuali di giovani imprenditori	N.2 progetti innovativi presentati	Azione non più realizzata per aggiornamento degli obiettivi operativi in corso d'anno

<b>AZIONI intervenute in corso di esercizio</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito</b>
Attivazione presso le Associazioni di categoria della provincia di Taranto di una rete di sportelli per l'assistenza alla creazione di nuove imprese	Attivazione	SI

<b>AREA STRATEGICA</b>		
2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
2.5.Spin-off		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
2.5.1.Promuovere la nascita e lo sviluppo di nuove imprese innovative attraverso la costituzione di imprese spin off accademici e/o industriali.		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1.Formazione volta alla “gestione di progetti innovativi”	N.10 destinatari delle azioni di formazione	NO
2.Scouting delle proposte progettuali di ricercatori e giovani imprenditori	N.2 progetti innovativi selezionati	NO
3.Costituzione di nuove imprese spin off	N.1 nuova impresa costituita	NO

<b>AREA STRATEGICA</b>		
<b>2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale</b>		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
<b>2.6. Distretti Produttivi</b>		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
<b>2.6.1. Promuovere, sostenere e favorire le imprese sotto l'aspetto della competitività, dell'innovazione, dell'internazionalizzazione, attraverso l'aggregazione tra imprese operanti nei settori: ambiente e logistica e dei servizi ad essi connessi (con particolare riguardo anche alla finanza ed alla formazione) con i consorzi di PMI</b>		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Offrire alle imprese servizi di consulenza finanziaria e servizi innovativi ad alto contenuto tecnologico	N.2 consulenze realizzate	<p>Nel corso del 2012 si è dato avvio alla realizzazione del progetto Business Network, a valere sull'Accordo MISE – UC 2011, finalizzato alla promozione ed attivazione dello strumento delle reti di impresa, favorendone la fattibilità operativa e le relative costituzioni.</p> <p>Gli interventi progettuali sono stati principalmente finalizzati a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• promuovere l'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese, attraverso interventi per la promozione della cultura dell'aggregazione;</li> </ul>
2. Realizzare attività volte alla creazione di canali consolidati tra gli operatori	Partecipazione a n.2 incontri B2B	
3. Contributi a bando ai Distretti riconosciuti dalla Regione Puglia concessi a quelli aventi sede legale nella provincia di Taranto	Emanazione del bando	

	Erogazione contributi $\geq 50\%$ importo bandito	<ul style="list-style-type: none"><li>• riqualificare le aree urbane attraverso la valorizzazione dei servizi commerciali e del terziario (“Reti per il commercio urbano”).</li></ul> Inoltre, l’Ente camerale ha avviato la predisposizione dell’ <b>Avviso pubblico per erogazione di un contributo in favore di contratti di rete.</b>
--	------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>AREA STRATEGICA</b>		
<b>2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale</b>		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
<b>2.6. Distretti Produttivi</b>		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
<b>2.6.2 Perseguire politiche organiche di riqualificazione del commercio locale per ottimizzare la funzione commerciale e dei servizi al cittadino</b>		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1.Svolgere attività di sensibilizzazione propedeutiche alla costituzione di distretti urbani del commercio previa sottoscrizione dell'accordo previsto dall'art.4 del Regolamento regionale promosso dall'Amministrazione comunale e dagli operatori commerciali dell'area rappresentati da Associazioni di categoria	Sottoscrizione dell'Accordo preventivamente all'emanazione dei bandi regionali	Nel corso del 2012 si è dato avvio ai necessari contatti con le amministrazioni comunali e con le associazioni di categoria finalizzati ad addivenire alla stipula dell'accordo previsto dal Regolamento regionale. Tale importante risultato è in via di conseguimento, stante l'approvazione da parte della Camera di commercio e del Comune capoluogo del protocollo d'intesa sul Distretto Urbano del Commercio.

<b>AREA STRATEGICA</b>		
<b>2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale</b>		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
<b>2.7. Responsabilità sociale d'impresa e Terzo settore</b>		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
<b>2.7.1. Condivisione e diffusione dei principi della responsabilità sociale d'impresa</b>		
<b>2.7.2. 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</b>		
<b>2.7.3. Favorire la nascita di imprese sociali</b>		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Attività formativa/informativa sulla Responsabilità sociale d'impresa, inclusa la selezione di eccellenze locali; iniziative di formazione/informazione per le imprese sociali	N. 7 iniziative formative/informative	SI (9)



2.Osservatorio provinciale dell'economia civile	Istituzione dell'Osservatorio provinciale dell'economia civile	SI La funzione di Osservatorio, ancorché utile sotto il profilo della diffusione dell'informazione statistica, è in effetti pienamente sostituita dall'attività censuaria svolta dall'Ufficio di statistica camerale. Gli esiti del Censimento delle istituzioni nonprofit, infatti, saranno la base per successive e ravvicinate indagini sul settore.
3.Sportello di orientamento sulla RSI e sull'impresa sociale	Istituzione dello sportello orientativo	SI
4.Promozione di progetti pilota integrati	N. 2 progetti pilota	Le azioni sono state riprogrammate per il 2014
5.Contributo allo start up d'impresa sociale	Emanazione del bando	
	Erogazione contributi ≥40% importo bandito	

<b>AREA STRATEGICA</b>		
<b>2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale</b>		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
<b>2.8 Ecosostenibilità</b>		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
<b>2.8.1. Facilitare la crescita di una economia ecosostenibile, promuovendo azioni di rete e di indirizzo generale</b>		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Istituzione di un gruppo di studio e indirizzo sullo smaltimento ed il riutilizzo delle acque reflue in agricoltura	Costituzione del Gruppo	NO (Il Tavolo di confronto politico si è insediato presso l'Amministrazione regionale, in conseguenza della emanazione del bando da parte di AQP Spa.)
	Report annuale	NO

2. Redazione di un documento di identificazione del territorio e certificazione ambientale del territorio	Redazione del documento di identificazione del territorio	NO (Il ritardo nella risposta da parte del soggetto tecnico individuato nel Polo scientifico - tecnologico "Magna Grecia", determinato dalle problematiche legate alla riforma delle sedi decentrate dell'Università, ha comportato lo slittamento dell'attività.)
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>AREA STRATEGICA</b>		
<b>2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale</b>		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
<b>2.9. Innovazione tecnologica</b>		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
<b>2.9.1. La diffusione della cultura dell'innovazione nelle imprese attraverso l'implementazione di un PRODOTTO-SERVIZIO" teso a sostenere e a realizzare processi di ricerca industriale, sviluppo sperimentale, innovazione di prodotto/processo/organizzativo e trasferimento tecnologico con l'assistenza tecnica di soggetti specializzati (ad esempio, holding che abbiano quale mission aziendale la promozione di nuova impresa innovativa).</b>		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Promozione della cultura dell'innovazione tra le imprese locali	N.20 imprese contattate destinatarie delle azioni di promozione	Azioni non più realizzate per aggiornamento degli obiettivi operativi in corso d'anno
2. Formazione manageriale sulla "gestione dei progetti di innovazione aziendale"	N. 10 destinatari delle azioni di formazione che potenzialmente implementeranno un progetto di innovazione aziendale	

3.Favorire l'incontro tra domanda e offerta di innovazione	N.2 progetti innovativi esaminati	
<b>AZIONI intervenute in corso di esercizio</b>	<b>Target 2012</b> <b>(indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito</b>
Partecipazione all'Avviso per la realizzazione di progetti delle Camere di commercio, dei PATLIB e delle Unioni regionali delle Camere di commercio per attività di supporto alle innovazioni delle imprese sui temi della proprietà industriale – Azione 1	Ammissione al finanziamento (comunicazione del 21.09.2012)	SI

<b>AREA STRATEGICA</b>		
<b>2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale</b>		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
<b>2.10 Turismo</b>		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
<b>2.10.1. Qualificare e promuovere l'offerta turistica territoriale, le peculiarità storico – culturali ed i prodotti tipici per la loro funzione di attrattori turistici</b>		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1.Assegnazione del marchio di qualità per le imprese turistiche “Ospitalità italiana” (rinnovi e nuove assegnazioni)	Emanazione del bando	SI
	n. ≥ 2 imprese assegnatarie (nuove)	SI
2.Bando per la valorizzazione dei prodotti e dell'ospitalità tipica	Emanazione del bando	Azioni non più realizzate per aggiornamento degli obiettivi operativi in corso d'anno
	n. ≥ 5 imprese assegnatarie (nuove)	
3.Riconoscimento del marchio europeo di qualità “Cozza tarantina”	Costituzione del Consorzio	

	Registrazione Marchio	
<b>AZIONI intervenute in corso di esercizio</b>	<b>Target 2012</b> <b>(indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito</b>
Gruppo camerale per la mitilicoltura tarantina.	Individuazione di percorsi e soluzioni condivise per far fronte all'emergenza produttiva manifestata dal settore mitilicolo.	SI

<b>AREA STRATEGICA</b>		
2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
2.10 Turismo		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
2.10.2. Attuazione del Protocollo d'intesa sul turismo in collaborazione con i Gruppi di azione locale "Terre del primitivo", "Colline Joniche" e "Luoghi del mito" con attenzione alla promozione dei prodotti tipici per la loro funzione di attrattori turistici		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Proseguire nello sviluppo del ruolo della Camera di commercio quale soggetto di coordinamento delle attività di promozione del settore turistico realizzate dagli Enti pubblici, dal mondo associativo e dai singoli operatori del settore mediante la sottoscrizione di appositi protocolli	Sottoscrizione del Protocollo d'intesa sul turismo	NO (obiettivo slittato al 2013. L'adesione dei GAL è pervenuta solo dopo la chiusura dell'esercizio. Il Protocollo è stato sottoscritto in data 19.04.2013.)
	N. 4 eventi programmati e realizzati	NO



<b>AREA STRATEGICA</b>		
<b>3. Potenziare le infrastrutture materiali e immateriali</b>		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
<b>3.1. Dismissione aree demaniali e sviluppo logistico portuale e retroportuale</b>		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
<b>3.1.1. Contribuire ad assicurare l'equilibrio economico della S.c.a r.l. partecipata dalla Camera di commercio "Distripark Taranto", favorendo la messa a regime delle attività di sviluppo della una piattaforma logistica retroportuale prevista dallo scopo sociale</b>		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Contributo straordinario annuale a salvaguardia dell'equilibrio economico della Società partecipata	Versamento contributo straordinario alla S.c.a r.l. Distripark Taranto disposto nell'anno 2012 con riferimento all'esercizio 2011.	SI

<b>AREA STRATEGICA</b>		
<b>3. Potenziare le infrastrutture materiali e immateriali</b>		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
<b>3.2. Polo universitario e scientifico</b>		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
<b>3.2.1. Concorrere al funzionamento ed allo sviluppo del Polo universitario di Taranto ai sensi dell'Accordo triennale sottoscritto in data 21/10/2011</b>		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. a sostegno delle specifiche attività didattiche e di ricerca della Facoltà di Lettere e Filosofia, concorrere alla gestione della biblioteca dell'Istituto per la Storia e l'Archeologia della Magna Grecia	Concessione gratuita locali all'Istituto per la Storia e l'Archeologia della Magna Greci	SI
2. a sostegno delle attività didattiche, di ricerca e gestionali del Polo Jonico, attribuire all'Università per ognuno degli esercizi finanziari (2011-2012-2013) di vigenza dell'accordo la somma di €.20.000,00 da liquidare con le modalità di cui al Regolamento della Camera di commercio di Taranto	Versamento contributo per attività del Polo	SI

3. a sostegno delle strutture didattiche del Polo Jonico accogliere presso le proprie strutture studenti iscritti alle Facoltà per lo svolgimento di tirocini formativi e di orientamento	N. $\geq$ 1 tirocini attivati	Nessuna individuazione da parte dell'Università – Facoltà di Economia Taranto
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------

<b>AREA STRATEGICA</b>		
4. Potenziamento della funzione di interlocutore privilegiato sui temi dell'economia		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
4.1. Centro analisi e studi		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
4.1.1. Implementare la completezza e la tempestività dell'informazione economica		
4.1.2. Migliorarne la diffusione pubblica		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012</b> <b>(indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
2. Standardizzazione del format e della tempistica della comunicazione esterna	n. 6 comunicati di informazione statistica	SI (movimento anagrafico delle imprese)
<b>AZIONI intervenute in corso di esercizio</b>	<b>Target 2012</b> <b>(indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito</b>

IX Censimento generale dell'industria e dei servizi e Censimento delle istituzioni non profit. Svolgimento della rilevazione.	Completamento delle attività censuarie al 31.12.2012	In corso (successive circolare Istat hanno prorogato per esigenze nazionali le attività di UPC. L'Ufficio ha sinora rispettato tutte le scadenze prescritte).
Monitoraggio sui risultati economici delle imprese (InBalance)	Utilizzo dello strumento e analisi	In corso

<b>AREA STRATEGICA</b>		
5. Sviluppare un sistema integrato di pianificazione, controllo e valutazione		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
5.1. Realizzazione e gestione del Ciclo di gestione della performance in applicazione del D.lgs.n.150/2009		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
5.1.1. Adozione dei provvedimenti di attuazione di tutte le fasi del ciclo di gestione della performance.		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Nomina dell'Organismo indipendente di valutazione	Adozione provvedimento	SI Definiti Regolamento ed Avviso; pubblicato Avviso; domande pervenute entro settembre 2012.
2. Adozione del Piano della performance (triennale)	Adozione provvedimento	SI
3. Adozione del Sistema di misurazione e valutazione della performance	Adozione provvedimento	SI

<b>AREA STRATEGICA</b>		
6. Avviare le procedure per l'ottenimento del Sistema di qualità interno		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
6.1 Sistema di qualità interno		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
6.1.1. Avviare un nuovo processo organizzativo finalizzato al riconoscimento della Certificazione di qualità conforme alle norme UNI ISO 9001:2000 per la Camera di commercio di Taranto a partire dalle Aree anagrafica ed amministrativo - contabile		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Autovalutazione a partire dalle Aree anagrafica ed amministrativo - contabile	Report di autovalutazione	SI In elaborazione Manuale nazionale (partecipazione del Conservatore al Comitato normativo). Nel 2013 operativo Comitato regionale dei Conservatori.

<b>AREA STRATEGICA</b>		
7. Potenziare la comunicazione istituzionale		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
7.1 Comunicazione istituzionale		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
7.1.1. Valorizzare l'identità della Camera di commercio e la interlocuzione con le Associazioni di categoria		
7.1.2. Migliorare ed innovare la qualità e la funzionalità della comunicazione esterna		
7.1.3. Valorizzare le testimonianze e le esperienze imprenditoriali		
<b>AZIONI</b>	<b>(indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
Target 2012		
2. Professionalizzazione della newsletter camerale "Ephemeris"	n. 9 uscite annuali	SI (in luogo, costante aggiornamento a mezzo mail e sito web)
3. Implementazione degli strumenti di customer satisfaction	n. 2 indagini di customer satisfaction	SI (Mettiamoci la faccia, MiglioraPA, "La tua opinione è importante", sito web)
4. Iniziative editoriali mirate	n. 1 pubblicazione dedicata all'imprenditoria locale	Azione non più realizzata per aggiornamento degli obiettivi operativi in corso d'anno



<b>AREA STRATEGICA</b>		
8. Razionalizzare le partecipazioni strategiche		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
8.1. Ottimizzazione delle risorse investite negli Enti partecipati		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
8.1.1. Ridimensionamento delle partecipazioni rispetto alle priorità dell'Ente		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Avvio di un processo di razionalizzazione strategica del patrimonio mobiliare	Realizzazione azione	SI  La Giunta camerale, nella seduta del 9/11/2012, ha condotto l'esame delle partecipate e deciso strategie consequenziali.  Decreto legge 95/2012 ha, peraltro, fortemente innovato la materia, per cui ha acquisito priorità la problematica relativa al CSA Scpa

<b>AREA STRATEGICA</b>		
9. Consolidamento giuridico Cittadella delle Imprese		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
9.1.Acquisizione in proprietà dell'area della Cittadella delle Imprese già in assegnazione ed acquisizione area confinante denominata "Torre d'Ajala" e porzione restante della "ex Fiera del Mare"		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
9.1.1.Trattativa con i soggetti interessati (Agenzia del Demanio, Marina Militare, Comune di Taranto). Risoluzione problematiche amministrative, giuridiche e finanziarie		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1.Predisposizione studi di prefattibilità, elaborati tecnico-progettuali, contratti ed altri atti e provvedimenti amministrativi collegati. Verifica compatibilità risorse finanziarie	Realizzazione azione	SI

<b>AREA STRATEGICA</b>		
10. Incrementare qualitativamente e quantitativamente il capitale umano		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
10.1. Incremento pianta organica, nuove assunzioni e attivazione corsi di formazione permanente		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
10.1.1. Redazione nuova pianta organica e Piano triennale del fabbisogno di personale. Avvio procedure assunzione dall'esterno e delle progressioni verticali. Svolgimento procedure concorsuali. Attivazione corsi di formazione permanente per il personale interno		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Procedimenti finalizzati alla deliberazione da parte dell'Organo competente (Consiglio camerale) dell'incremento della pianta organica, del piano triennale del fabbisogno, della indizione di assunzioni di personale dall'esterno e per progressione verticale	Approvazione provvedimenti da parte del Consiglio camerale.	NO Intervento della normativa nazionale in materia – DL n. 95 del 6 luglio 2012 che ha imposto il blocco sino a tutto il 2013.
3. Attivazione corsi di formazione per il personale	Svolgimento dei corsi di formazione per il personale.	SI

<b>AREA STRATEGICA</b>		
11. Revisionare la struttura organizzativa.		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
11.1. Ridefinizione delle Aree Organizzative		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
11.1.1. Analisi dell'attuale contesto e valutazione della ripartizione degli uffici e delle competenze tra le aree alla luce delle nuove attività istituzionali (SUAP, Media Conciliazione, etc.)		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Razionalizzazione delle competenze. Analisi ripartizione degli uffici e dei carichi di lavoro tra le varie aree. Ridefinizione delle aree e degli uffici tenendo in considerazione il previsto incremento delle risorse umane	Analisi delle attuali competenze dell'Ente e della ripartizione tra aree ed uffici.	NO Il Decreto MISE di nomina del Segretario generale è intervenuto soltanto nel mese di novembre 2012. Riprogrammata per il 2014.
	Analisi carichi di lavoro	NO. Riprogrammata per il 2014.

<b>AREA STRATEGICA</b>		
12. Mantenere o lievemente incrementare la riscossione del diritto annuale		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
12.1.Incremento dell'incasso complessivo rinveniente dal diritto annuale		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
12.1.1.Incremento delle percentuali di incasso nel quadriennio di riferimento (2012-2015) rispetto agli anni precedenti (2008-2009-2010-2011)		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1.Migliorare gli incassi spontanei:	≥ 0,10%	SI
2.Incrementare gli incassi della riscossione coattiva:	≥ 0,10%	SI Gli incassi riferiti ad annualità pregresse hanno aumentato le risorse a disposizione dell'Ente in maniera significativa.

<b>AREA STRATEGICA</b>		
13. Riduzione delle spese di funzionamento		
<b>OBIETTIVO STRATEGICO</b>		
13.1 Attuazione di un contenimento degli oneri relativi alla prestazione di servizi possibilmente lasciando inalterati gli attuali standard operativi		
<b>OBIETTIVO OPERATIVO</b>		
13.1.1 Revisione dei contratti in essere relativi alla fornitura di servizi		
<b>AZIONI</b>	<b>Target 2012 (indicatore di valutazione)</b>	<b>Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)</b>
1. Riduzione delle spese per prestazione di servizi	Riduzione per un importo pari a €.105.850,00	SI Decreto legge 95/2012 ha imposto che le spese, per un ammontare complessivo pari ad €.130.407,44, non siano utilizzabili per altre finalità promozionali ma invece versate all'Erario, come è stato già fatto, in due rate di cui la prima, per €.66.391,93, entro il 30.09.2012.

### **3.3 Obiettivi individuali**

La valutazione della prestazione individuale è stata improntata ai seguenti criteri generali:

- stimolare il continuo miglioramento delle prestazioni individuali;
- promuovere un continuo riscontro valutatore/valutato in ordine al rapporto fra prestazione richiesta e prestazione resa;
- rendere i collaboratori consapevoli della propria valutazione professionale in modo da consentire un migliore orientamento verso gli obiettivi dell'Ente e fornire un'opportunità di crescita individuale;
- evidenziare eventuali esigenze formative di supporto o d'integrazione della preparazione professionale;
- migliorare il livello generale di comunicazione interna;
- valorizzare le risorse professionali più attive e qualificate;
- proseguire nel già avviato processo di miglioramento organizzativo.

Sono stati individuati, con livelli di approfondimento di diversa entità in reazione all'inquadramento dei dipendenti, obiettivi e conseguenti risultati attesi sia sotto il profilo qualitativo delle prestazioni di lavoro, sia sotto l'aspetto dei comportamenti organizzativi. In particolar modo si è tenuto conto, al momento della valutazione permanente annuale, dell'orientamento all'utenza, della disponibilità al cambiamento e all'innovazione, della propositività, della partecipazione attiva al "valore aggiunto" portato dal dipendente o dal team.

#### 4. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITÀ

Si riportano qui di seguito gli indicatori maggiormente significativi atti a fornire informazioni di carattere economico-patrimoniale circa l'impiego delle risorse l'efficienza e l'economicità della gestione.

	<b>anno 2012</b>
<u>Margine di struttura finanziaria</u>	279%

Misura la capacità dell'Ente di far fronte ai debiti a breve termine mediante la liquidità disponibile o con i crediti a breve. E' calcolato attraverso il rapporto percentuale tra attivo circolante e passivo a breve. Un valore superiore al 100% è indice di una situazione positiva.

	<b>anno 2012</b>
<u>Indice di liquidità (<i>quick ratio</i>)</u>	2,56

Misura l'attitudine ad assolvere, con le sole disponibilità liquide, agli impegni di breve periodo. Espressa come percentuale tra la liquidità a breve e le passività correnti fornisce un'indicazione sullo stato di equilibrio finanziario dell'Ente. E' auspicabile un indice superiore all'unità.

	<b>anno 2012</b>
<u>Margine di struttura primario</u>	129,2%

Misura la capacità dell'Ente di finanziare le attività di lungo periodo interamente con capitale proprio ed è rappresentato dal rapporto tra patrimonio netto e immobilizzazioni. E' auspicabile un valore superiore all'80%.

	<b>anno 2012</b>
<u>Margine di struttura secondario</u>	129,2%

Misura la capacità dell'Ente di autofinanziarsi con il patrimonio netto ed i debiti di funzionamento. Dovrebbe presentare un valore superiore al 100%.

	<b>anno 2012</b>
<u>Equilibrio economico della gestione corrente</u>	102,72%

Misura l'incidenza degli oneri correnti rispetto ai proventi correnti. Un valore prossimo al 100% non rappresenta un segnale negativo in considerazione della missione istituzionale dell'Ente, se con la gestione finanziaria e straordinaria riesce a mantenere un equilibrio economico.

	<b>anno 2012</b>
<u>Incidenza dei costi strutturali</u>	84,92%



Misura l'incidenza dei costi di struttura rispetto ai proventi correnti. Un valore prossimo o superiore al 100% rappresenta una scarsa capacità di destinare risorse correnti per gli interventi economici.

	<b>anno 2012</b>
<u>Economicità dei servizi Amministrativi-Anagrafici</u>	77,76%

Misura il rapporto tra i proventi generati attraverso i servizi amministrativi-anagrafici (diritti di segreteria) e gli oneri della stessa area.

	<b>anno 2012</b>
<u>Incidenza oneri del Personale</u>	17,42%

Misura l'incidenza degli oneri del personale sul totale degli oneri correnti.

	<b>anno 2012</b>
<u>Incidenza Interventi Economici</u>	17,33%

Misura l'incidenza degli interventi economici sul totale degli oneri correnti.

	<b>anno 2012</b>
<u>Grado di restituzione delle risorse al territorio in interventi di promozione</u>	37,13%

Misura il valore del diritto annuale restituito al tessuto economico mediante gli interventi economici.

	<b>anno 2012</b>
<u>Tasso di variazione crediti da diritto annuale</u>	-27,53%

Misura il tasso di variazione dei crediti da diritto annuale rispetto all'anno precedente. E' un indicatore dell'andamento del tasso medio di mancata riscossione dei crediti.

## 5. PARI OPPORTUNITÀ, BILANCIO DI GENERE, IMPRESA SOCIALE

All'impresa di genere è riservato particolare interesse grazie alla ormai consolidata operatività del **Comitato per l'imprenditoria femminile**, organismo camerale molto attivo nell'ambito della informazione/formazione finalizzate alla nascita ed al consolidamento di nuove attività produttive a prevalenza femminile.

Il Comitato imprenditoria femminile della Camera di commercio di Taranto, istituito con delibera di Giunta camerale n. 129 del 7/07/2011, si è insediato il 22/07/2011, nell'ambito di un Protocollo di intesa siglato da Unioncamere e Ministero dello Sviluppo Economico.

Obiettivo primario del Comitato in argomento è operare in sinergia con gli indirizzi camerali offrendo al territorio economico locale un efficace contributo in termini di diffusione e radicamento della cultura imprenditoriale femminile, favorendone una presenza attiva nel processo di sviluppo dell'economia locale. In particolare, nel corso del 2012 è stato attuato un percorso formativo per la creazione ed il consolidamento dell'impresa femminile ("Laboratorio di autoimprenditorialità"), è stata attivata una fattiva collaborazione alle iniziative della Consigliera regionale di parità (promozione e sottoscrizione della Carta delle pari opportunità) ed è stato realizzato l'evento "L'economia verde sfida la crisi. Dalla green economy nuove soluzioni di impresa per il rilancio territoriale", svoltosi il 20 novembre 2012, nell'ambito della più ampia iniziativa del sistema camerale "Il Giro d'Italia delle donne che fanno impresa" – edizione 2012.

Il Comitato per l'imprenditorialità sociale (CIS) della Camera di commercio di Taranto, nato nell'ambito di un protocollo di intesa nazionale siglato da Unioncamere e Forum permanente del Terzo settore, è stato formalmente istituito con delibera di Giunta della Camera di commercio di Taranto n.40 del 22.11.2010. Esso opera nell'ambito della normativa, delle competenze e delle finalità istituzionali proprie dell'Ente camerale che ne ha delegato le attività di segreteria all'Azienda.

Il CIS, ufficialmente insediato in data 15.11.2011, si propone quale soggetto attivo per lo sviluppo locale, operando con gli obiettivi di migliorare il sistema di relazione fra Terzo settore e contesto istituzionale – economico locale, incrementare il livello di conoscenza quali – quantitativa del Terzo settore, ampliare la base imprenditoriale locale incentivando la creazione d'impresa sociale e diffondere la cultura della Responsabilità sociale d'impresa.

## 6. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE

### 6.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità

Le principali fasi del processo di redazione della Relazione sulla Performance sono di seguito rappresentate:  
FASE 1: coinvolgimento, finalizzato alla rilevazioni dei dati e delle informazioni utili alla stesura della Relazione sulla Performance, dei dirigenti, della struttura tecnica incaricata del controllo di gestione e di collaboratori di staff del Segretario generale;

FASE 2: raccolta ed elaborazione dei dati forniti dai responsabili d'area circa il monitoraggio degli obiettivi e la rendicontazione dell'attività svolta e validazione degli stessi da parte del Segretario generale;

FASE 3: stesura e redazione della Relazione sulla performance da parte della struttura tecnica incaricata;

FASE 4: previa verifica da parte del Segretario generale, approvazione della Relazione da parte della Giunta camerale con adozione di apposito provvedimento;

FASE 5: trasmissione della Relazione sulla Performance all'Organismo Indipendente di Valutazione ai fini della successiva validazione.

### 6.2 Punti di forza e di debolezza del ciclo della performance

La Relazione sulla Performance costituisce l'elemento di sintesi del ciclo di gestione della performance e, allo stesso tempo, è lo strumento di analisi per dar vita ad azioni migliorative e correttive.

Relativamente all'anno di riferimento l'Ente camerale ha adottato i seguenti documenti/atti:

Piano della performance 2012-2014 approvato con delibera di Giunta camerale n.30 del 9.2.2012;

adozione Regolamento Organismo di Valutazione della Performance con delibera del Consiglio camerale n. 5 del 14.06.2012.

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
COERENZA CON IL CICLO DI PROGRAMMAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA	INDIVIDUAZIONE DI MAGGIORI INDICATORI SINTETICI LEGATI AGLI OBIETTIVI STRATEGICI
CAPACITA' DEL PIANO E DELLA RELAZIONE DI COMUNICARE ALL'ESTERNO LE INFORMAZIONI PIU' RILEVANTI	ADEGUAMENTO AL MUTAMENTO DELLE VARIABILI ENDOGENE ED ESOGENE