

Camera di commercio di Taranto
Relazione sulla performance 2013

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 2013. 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.

A seguito dell'entrata in vigore del D.Lgs. 33/2013, 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 2013, 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 2013.

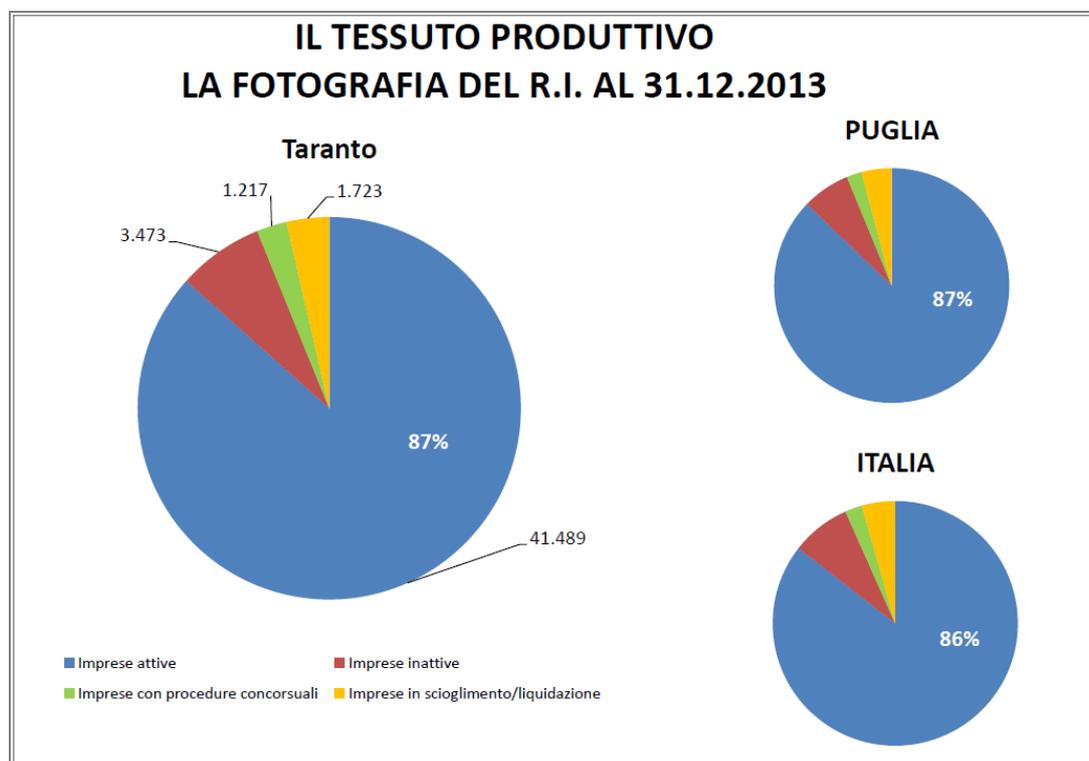
2. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI ALTRI STAKEHOLDER ESTERNI

2.1 Il contesto esterno di riferimento

Anche nel 2013 lo scenario economico nazionale ed internazionale ha fortemente influenzato le dinamiche del sistema imprenditoriale tarantino.

Analizzando il tessuto produttivo del territorio jonico al 31.12.2013 attraverso i dati del Registro delle imprese si evince una situazione di criticità per quanto riguarda le imprese iscritte al Registro medesimo.

Su un totale di oltre 48.000 imprese registrate, circa l'80% è in attività, mentre esiste una quota di 3.473 imprese che sono inattive, ovvero che non hanno ancora avviato la loro attività o non hanno comunicato l'inizio della loro attività e una quota di 1.217 imprese con procedure concorsuali e di 1.723 in scioglimento e liquidazione. Questa percentuale di attività non si discosta significativamente dalla percentuale pugliese e da quella italiana.

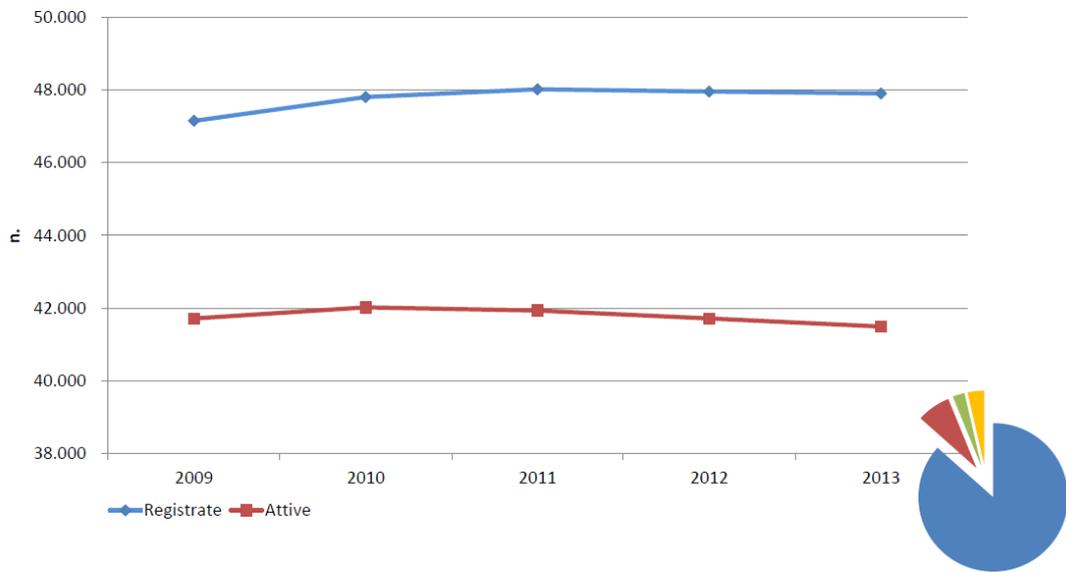


Nel 2013 lo stock complessivo delle imprese attive presenta un valore inferiore rispetto a quanto registrato nell'anno 2012 passando da 41.711 a 41.489.

Analizzando parallelamente i dati sull'andamento dei flussi di iscrizioni e cessazioni nel periodo 2009 – 2013 si evidenzia una lieve diminuzione e, quindi, una sostanziale tenuta del numero delle imprese fra il 2012 e il 2013:

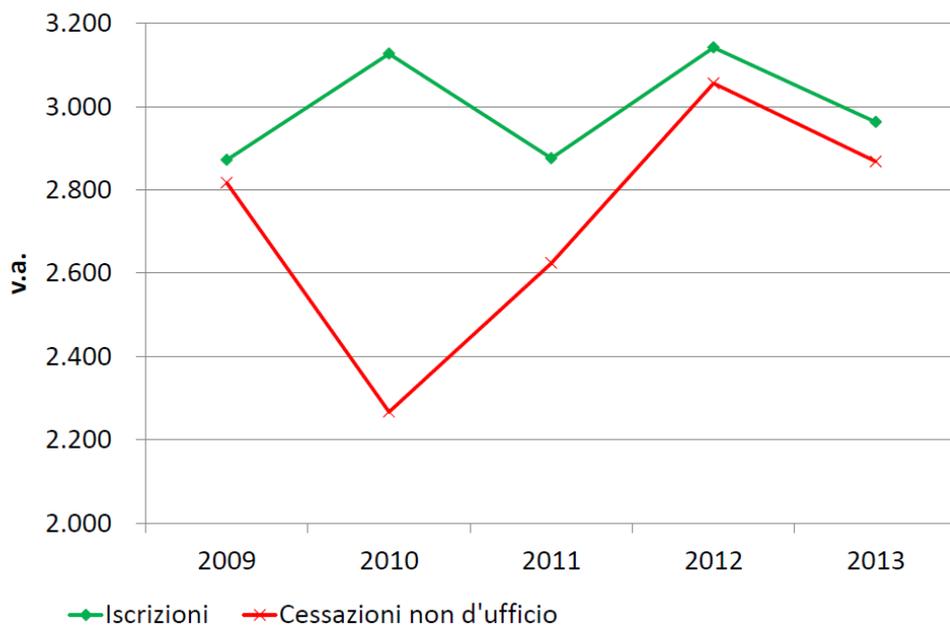
IL TESSUTO PRODUTTIVO

trend delle imprese registrate e attive (anni 2009-2013; v.a.)

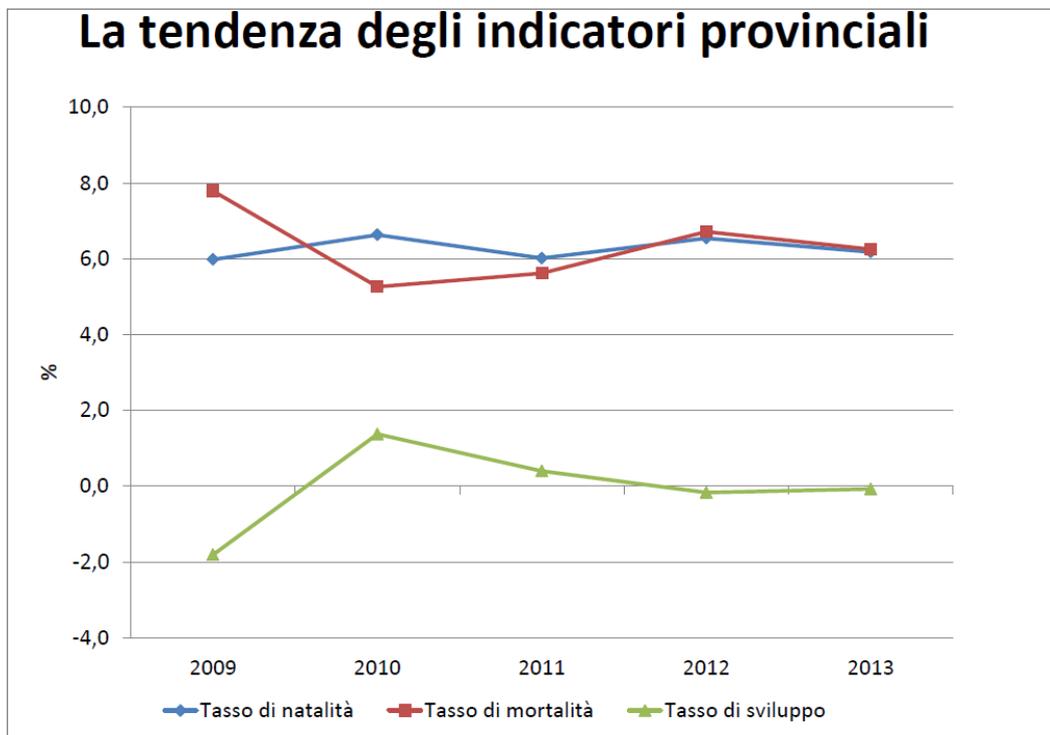


IL TESSUTO PRODUTTIVO

Trend dei flussi di iscrizioni e cessazioni (non d'ufficio) – anni 2009-2013



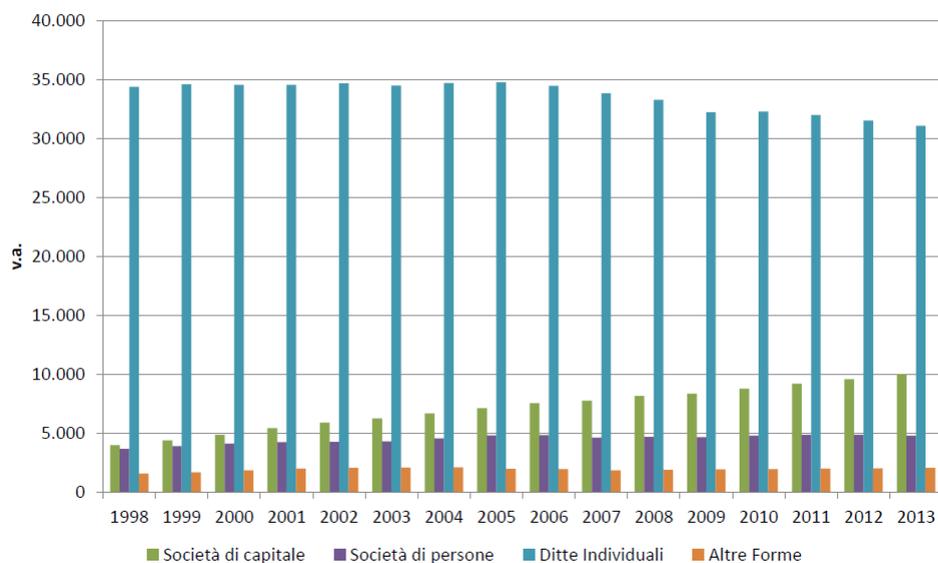
La tendenza sopra evidenziata si ritrova negli indicatori provinciali che espongono il tasso di natalità delle imprese, il tasso di mortalità e il tasso di sviluppo generale del sistema imprenditoriale, che per il 2013 risulta negativo per 0,1 %.



Tuttavia analizzando la natura giuridica delle imprese iscritte si riscontra una progressiva trasformazione del sistema imprenditoriale verso strutture giuridiche più complesse. Nel 2010 le società di capitali erano circa 8.700, nel 2013 sono poco più di 10.000. Le società di capitali sono le forme giuridiche che presentano un tasso di crescita significativamente più positivo rispetto alle altre. Nel 2013 le società di capitale presentano un tasso di sviluppo del 4,7%, le società di persone risultano invariate, e le ditte individuali passano dalle oltre 32.000 nel 2010 alle 31.000 nel 2013, con un tasso di sviluppo negativo per l'1,5%.

In una situazione di complessiva stagnazione del numero delle imprese questo trend è estremamente positivo in quanto le società di capitali sono un chiaro strumento di aggregazione sia di capitale, ma anche di competenze e di professionalità. Ciò evidenzia che lo scenario economico si evolve verso forme imprenditoriali più complesse, più strutturate, che hanno progettato a monte il business, e verso un'imprenditorialità più consapevole. Questa crescita dell'incidenza delle società di capitali sul totale è certamente un punto di forza.

La progressiva trasformazione verso strutture giuridiche più complesse



Attraverso l'analisi degli indicatori congiunturali relativi ai primi tre mesi del 2014, si evidenzia una sofferenza legata all'assenza di prospettive che porta a disincentivare l'avvio di attività imprenditoriali; questo clima di attesa non è parimenti riscontrabile a livello nazionale. I valori delle iscrizioni e delle aperture di unità locali a paragone, -8,3, -2,2, -20,6, -3,2 evidenziano proprio una situazione di stallo assoluto, di paura, di timore che non si riscontra a livello nazionale.

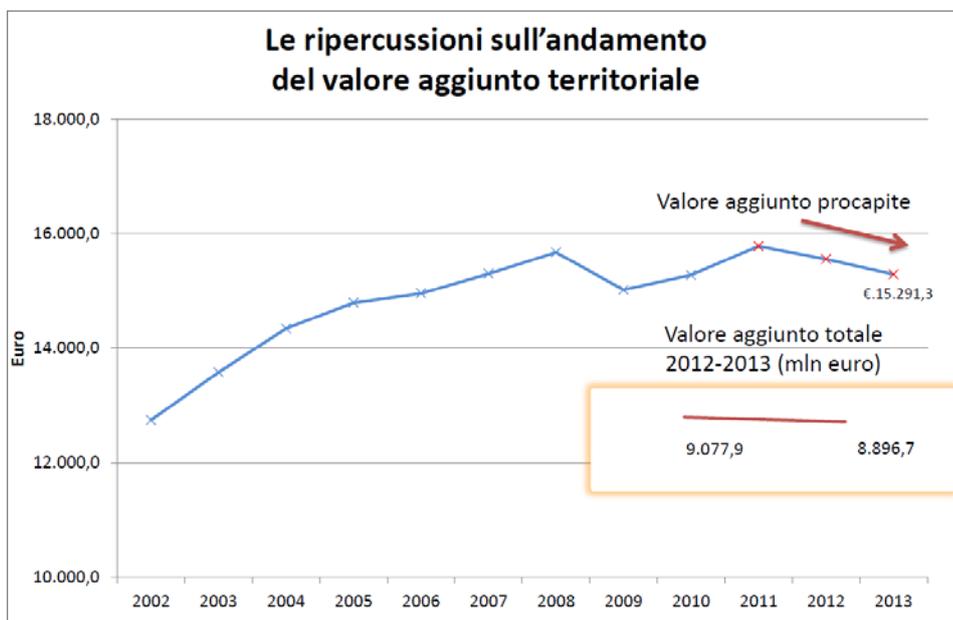
INDICATORI CONGIUNTURALI 1° TRIMESTRE 2014 E VARIAZIONI PERCENTUALI

	Taranto		Italia	
	Valori assoluti	1° Trimestre 2014 sul 1° Trimestre 2013	Valori assoluti	1° Trimestre 2014 sul 1° Trimestre 2013
Iscrizione Imprese	905	-8,3	115.374	-2,2
Aperture Unità Locali	223	-20,6	35.995	-3,2
Cancellazioni Imprese	1.238	-3,1	155.909	-2,2
Entrate in scioglimento e liquidazione	180	-4,3	32.007	8,7
Chiusure Unità Locali	260	2,0	37.909	0,0
Fallimenti e altre proc. Concorsuali	38	72,7	4.184	23,6

ISCRIZIONI PER SETTORE ECONOMICO 1° TRIMESTRE 2014 E VARIAZIONI PERCENTUALI

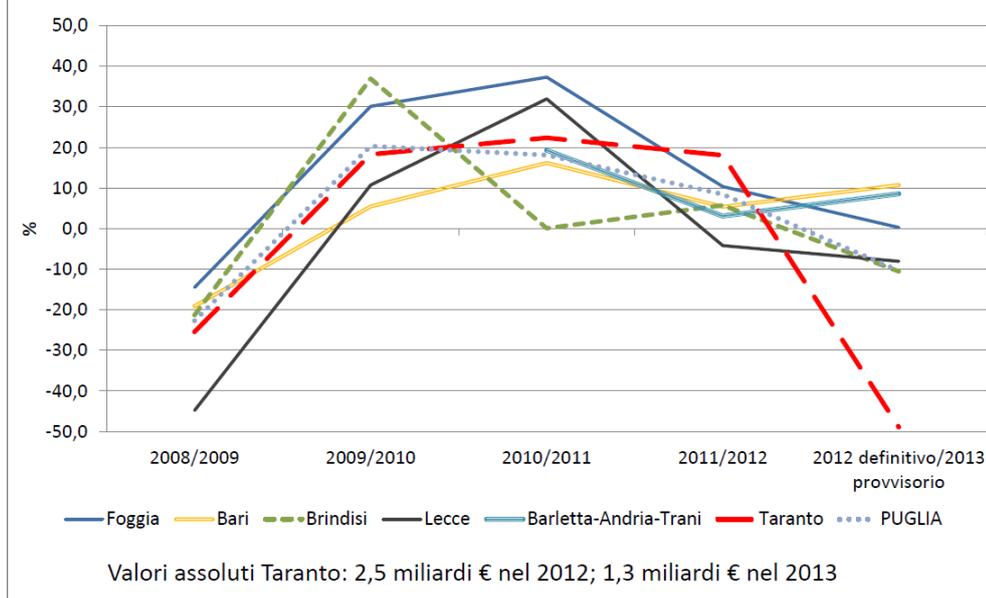
	Valori assoluti	Variazioni percentuali	
		Taranto 1° trim 2014 sul 1° trim 2013	Italia 1° trim 2014 sul 1° trim 2013
Agricoltura e attività connesse	110	-27,6	-9,8
Attività manifatt., energia, minerarie	30	-25,0	-9,5
Costruzioni	72	-5,3	-4,8
Commercio	242	-5,5	-8,3
Turismo	56	-22,2	-10,4
Trasporti e Spedizioni	4	-66,7	-15,8
Assicurazioni e Credito	17	54,5	-1,4
Servizi alle imprese	66	-8,3	-2,0
Altri settori	32	-11,1	-2,1
Totale Imprese Classificate	629	-13,5	-6,9
Totale Imprese Registrate	905	-8,3	-2,2

I dati relativi al principale aggregato economico, il valore aggiunto, confermano una situazione di grande difficoltà. Il valore aggiunto pro-capite decresce significativamente dal 2010, così come il valore totale che presenta, fra il 2012 e il 2013, una perdita significativa da 9 miliardi a 8,8 miliardi.



Analogamente i dati relativi all'export presentano un calo drastico del 48,9% tra il 2012 e il 2013, con una perdita in valore assoluto pari a 1,2 miliardi di euro.

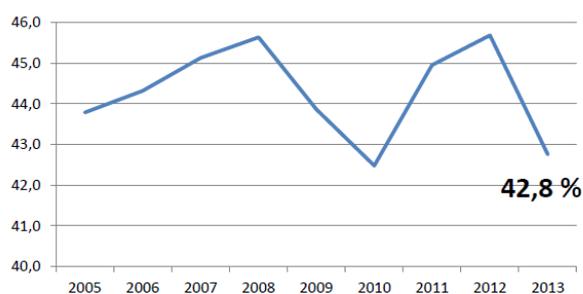
LA CADUTA DELL'EXPORT TOTALE



I dati sul mercato del lavoro presentano un tasso di occupazione nella provincia di Taranto pari a 42,8% nel 2013; la Puglia nel 2013 presenta un valore leggermente inferiore del 42,3%, l'Italia 55,6%. Il dato sulla disoccupazione segue, invece, una tendenza drammaticamente diversa rispetto a quella dell'occupazione: il 15,5% a fronte di un dato a livello nazionale pari a 3,2 punti percentuali di disoccupazione in meno rispetto al nostro territorio.

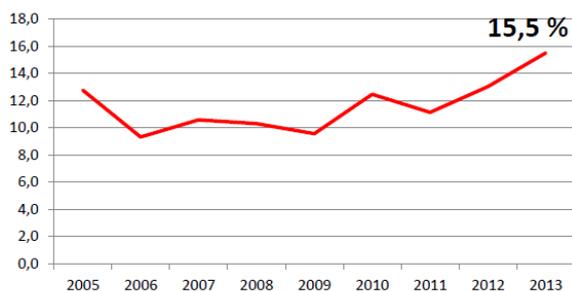
IL MERCATO DEL LAVORO PROVINCIALE: serie storica dei tassi caratteristici (15-64 anni; %)

TASSO DI OCCUPAZIONE



Nel 2013
Puglia: 42,3%;
Italia: 55,6%

TASSO DI DISOCCUPAZIONE



Nel 2013
Puglia: 19,8%;
Italia: 12,2%

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 31.12.2013:

Categ.	Profili professionali	Dotaz. per profilo	Posti occupati
Dirig. 3	- Vice Segretario generale	3	2
D 18	- Funzionario ai servizi amministrativo-contabile, giuridico e di regolazione del mercato	1	7
	- Collaboratore amministrativo-contabile, giuridico e di regolazione del mercato	16	
	- Collaboratore ai servizi informatici e di rete	1	
C 21	- Assistente amministrativo e contabile	20	11
	- Assistente ai servizi tecnici	1	
B 6	- Operatore servizi tecnico-amm.vi, contabili e di rete	2	4
	- Esecutore servizi tecnico-amministrativi	4	
A 4	- Addetto ai servizi ausiliari, di portineria e di custodia	4	4
TOTALI		52	28

Il personale in servizio a tempo indeterminato al 31.12.2013 risulta pari a 28 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

VOCI DI ONERE / PROVENTO	Consuntivo anno 2012	Preventivo Iniziale anno 2013	Consuntivo anno 2013
GESTIONE CORRENTE			
A) Proventi Correnti			
DIRITTO ANNUALE	7.829.789,62	7.343.229,40	7.903.966,37
DIRITTI DI SEGRETERIA	1.631.317,73	1.592.000,00	1.621.331,44
CONTRIBUTI TRASFERIMENTI ED ALTRE ENTRATE	213.277,17	285.000,00	426.853,45
PROVENTI GESTIONE SERVIZI	217.211,90	190.500,00	413.751,41
VARIAZIONE DELLE RIMANENZE	-1.258,81	0,00	4.369,57
PROVENTI CORRENTI	9.890.337,61	9.410.729,40	10.370.272,24
B) Oneri Correnti			
PERSONALE	1.769.389,04	1.733.984,70	1.517.184,43
FUNZIONAMENTO	4.004.606,51	4.029.024,65	3.928.322,72
INTERVENTI ECONOMICI	1.761.187,68	2.264.998,01	1.873.036,50
AMMORTAMENTI ED ACCANTONAMENTI	2.624.574,19	2.363.358,69	2.969.554,45
FONDI RISCHI ED ONERI	0,00	0,00	8.500,00
ONERI CORRENTI	10.159.757,42	10.391.366,05	10.288.098,10
RISULTATO GESTIONE CORRENTE	-269.419,81	-980.636,65	82.174,14
GESTIONE FINANZIARIA	110.188,48	114.900,00	73.628,54
PROVENTI STRAORDINARI	1.104.592,93	0,00	325.098,43
ONERI STRAORDINARI	573.718,65	0,00	101.762,73
GESTIONE STRAORDINARIA	530.874,28	0,00	223.335,70
RETTIFICHE DI VALORE ATT. FINANZIARIA	11.000,09	0,00	-114.046,61
CONTO ECONOMICO	382.643,04	-865.736,65	265.091,77

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.

Tecnoborsa S.c.p.a.

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

Di seguito si sintetizzano i risultati raggiunti dall'Ente camerale nell'anno di riferimento:

Grado di raggiungimento degli obiettivi operativi programmati

	valore assoluto	valore %
Obiettivi operativi raggiunti	35	85%
Obiettivi operativi non raggiunti	6	15%
Obiettivi operativi pianificati	41	100%

Andamento (%) delle risorse disponibili e delle spese sostenute

PROVENTI		
A preventivo	A consuntivo	Risorse disponibili rispetto a quelle preventivate fatte pari a 100 (%)
€ 9.410.729	€ 10.695.370	113,7%
ONERI		
Spese promozionali		
A preventivo	A consuntivo	Spese sostenute rispetto a quelle preventivate fatte pari a 100 (%)
€ 2.264.998	€ 1.873.036	82,7%
Spese per il personale		
A preventivo	A consuntivo	Spese sostenute rispetto a quelle preventivate fatte pari a 100 (%)
€ 1.733.985	€ 1.517.184	87,5%
Spese di funzionamento		
A preventivo	A consuntivo	Spese sostenute rispetto a quelle preventivate fatte pari a 100 (%)
€ 4.029.025	€ 3.928.323	97,5%

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.

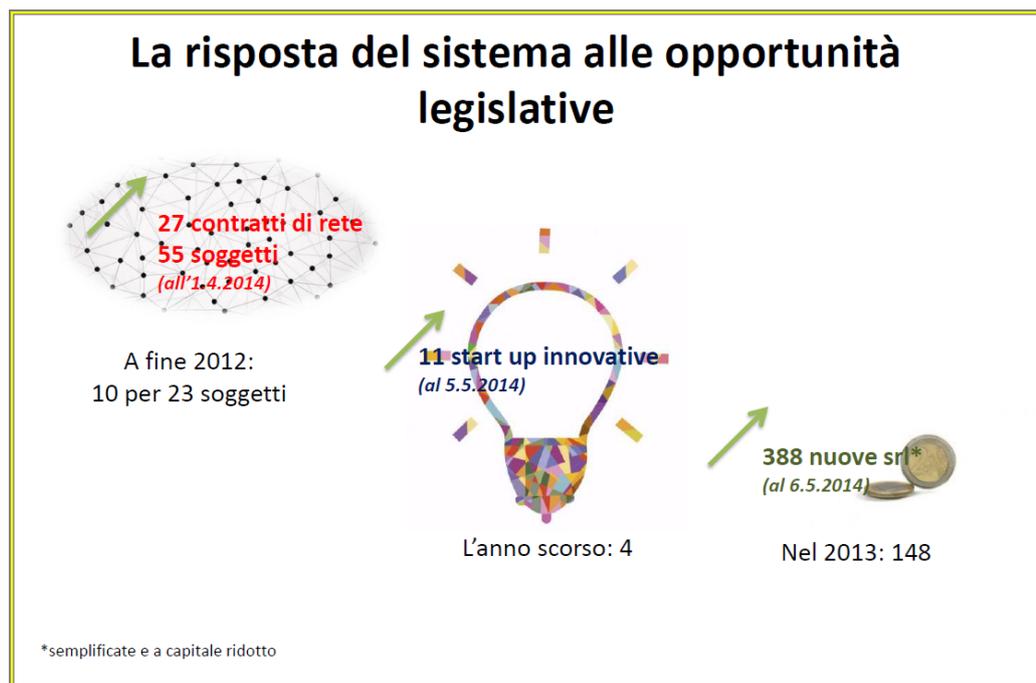
Le azioni prospettate a supporto dell'obiettivo di marketing territoriale, che l'Ente aveva inserito fra quelli prioritari in sede di programmazione, sono risultate, ovviamente, inadeguate a fronteggiare l'infausto esito della questione Ilva su quella che viene definita "reputazione turistica" (ma anche 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.

Tale problematica ha, altresì, pregiudicato l'operatività della Società Distripark Taranto, a seguito dello storno di risorse CIPE ad attività di bonifica ritenute più urgenti dalla Regione Puglia.

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 e 2013. 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.

Come rappresentato nell'immagine che segue, la risposta del sistema imprese ha evidenziato un risultato decisamente positivo per l'anno in esame.



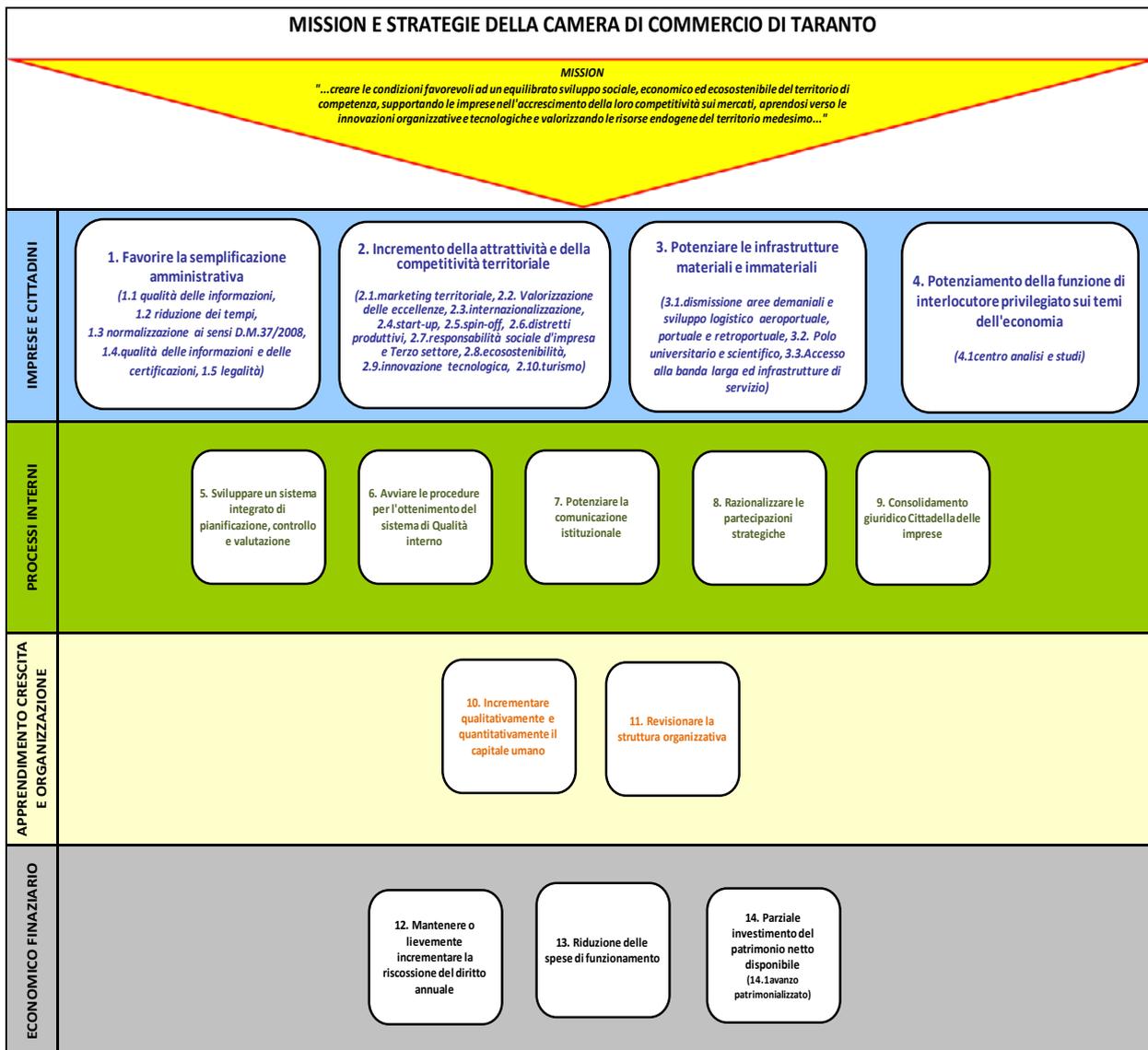
3. OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI

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) **IMPRESE 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

<p>AREA STRATEGICA</p> <p>1. Favorire la semplificazione amministrativa</p>
<p>OBIETTIVO STRATEGICO</p> <p>1.1 Qualità delle informazioni. Normalizzazione dell'allineamento libri soci</p>
<p>OBIETTIVO OPERATIVO</p> <p>1.1.1. Normalizzazione dell'allineamento libri soci per garantire alle imprese la tenuta delle informazioni relative agli assetti societari.</p>

AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
1. Estrazione elenchi e visure ed istruttoria per permettere la riorganizzazione per interventi omogenei	<p>SI</p> <p>Con riferimento alle situazioni prioritarie, che sono state individuate essere quelle che presentano dei gravami cioè pegni, patto di riservato dominio etc., sono stati predisposti gli inviti alla regolarizzazione.</p>
2. Predisposizione inviti alla regolarizzazione	

AREA STRATEGICA	
1. Favorire la semplificazione amministrativa	
OBIETTIVO STRATEGICO	
1.2 Efficienza e riduzione dei tempi di lavorazione delle pratiche telematiche con riduzione delle fasi di lavoro	
OBIETTIVO OPERATIVO	
1.2.1.Procedere per categorie di codice atto, alla lavorazione delle sospensioni e dei rigetti in modalità telematica	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
1.Analisi periodica delle fasi del processo, adozione di correttivi e standardizzazione dei contenuti	SI E' stata regolarmente effettuata l'analisi periodica prevista dall'azione. E' stata messa a disposizione una piattaforma informatica più friendly (Starweb) per semplificare l'adempimento e la formazione. Sono stati adottati i conseguenti correttivi gestionali. Si è fatto fronte ai picchi di attività legati a particolari scadenze (es. : Pec obbligatorie per tutte le imprese). Si sono ridotte le spese di notifica con riferimento alle sospensioni e ai rigetti attraverso l'utilizzo, ove possibile, proprio della PEC.
2.Acquisizione dello strumento e formazione	
3.Identificazione delle categoria dei codici atto e verifica semestrale con adozione dei correttivi	

AREA STRATEGICA
1. Favorire la semplificazione amministrativa
OBIETTIVO STRATEGICO
1.3 Qualità delle informazioni. Normalizzazione ai sensi del D.M.37/2008 (che ha sostituito la L.46/90).
OBIETTIVO OPERATIVO
1.3.1. Normalizzazione delle visure delle imprese di installazione ex L.46/90 in assenza di norma transitoria che ne disciplini il passaggio

AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
1.Campagna di sensibilizzazione	SI E' proseguita la campagna di comunicazione a livello nazionale. Per l'istruttoria e regolarizzazione delle pratiche di normalizzazione è stato avviato, di concerto con Infocamere, un servizio di lavorazione automatizzata a livello nazionale. Permane la problematica relative alle posizione artigiane in quanto la riforma varata dalla Regione Puglia ad agosto 2013 non ha visto ancora l'emissione del relativo regolamento attuativo.
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	

3. Invito alla regolarizzazione	
4. Istruttoria ed evasione delle pratiche telematiche	
5. Inibizione e cancellazione per le ditte individuali ed inattivazione per le Società	

AREA STRATEGICA	
1. Favorire la semplificazione amministrativa	
OBIETTIVO STRATEGICO	
1.4 Qualità delle informazioni e delle certificazioni rilasciate dall'ufficio	
OBIETTIVO OPERATIVO	
1.4.1. Le cancellazioni di ufficio ai sensi del DPR 247/2004 e degli artt 2490 e 2495 del c.c.	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
2. Monitoraggio annuale	SI E' stata effettuata la reportistica annuale che ha evidenziato i ritardi della cancelleria del Tribunale nella emissione dei decreti di cancellazione che hanno visto un parziale sblocco nei primi mesi del 2014. E' stato utilizzato pienamente il sistema telematico di scambio delle informazioni. A seguito della estrazione di ulteriori elenchi si è avviata la procedura di notifica anche tramite la PEC. Sono stati adottati provvedimenti e direttive da parte del Conservatore e predisposta un modello standard di provvedimento per il Giudice Delegato. Per effetto dei citati ritardi è slittato al 2014 la regolarizzazione tributarie delle posizioni.
3. Introduzione della telematica nello scambio della documentazione attraverso PEC ed adozione di semplificazione condivise per gli adempimenti.	
4. Estrazione elenchi mirati da Infocamere	
5. Avviamento delle procedura di notifica con introduzione della PEC	
6. Provvedimento Conservatore	

7.Predisposizione bozza provvedimento del Giudice Delegato al Registro delle Imprese	
8.Comunicazione all'Ufficio delle Entrate del consolidamento delle cancellazioni per la regolarizzazione della posizione tributaria	

AREA STRATEGICA	
1. Favorire la semplificazione amministrativa	
OBIETTIVO STRATEGICO	
1.5 Legalità	
OBIETTIVO OPERATIVO	
1.5.1. Qualificare e promuovere il Registro imprese quale hub informativo verso le pubbliche amministrazioni per la garanzia della legalità	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
1. Incontri mirati con le PA ed attività formativa rivolta alle PA	SI Sono stati effettuati numerosi incontri mirati con singole Amministrazioni e le forze dell' Ordine. E' proseguita l'attività di diffusione di Certifica PA a favore delle Pubbliche Amministrazioni.
2. Predisposizione risorse per l'utilizzo gratuito degli applicativi da parte delle PA coinvolte	
AZIONI intervenute in corso di esercizio	Risultato conseguito
Applicazione dei regolamenti per gli ex ruoli.	SI

Attuazione della Comunicazione unica per l'Artigianato.	SI
Srl semplificate : informazione sulle modalità attuative e collaborazione con il sistema nazionale per l'adeguamento della tecnologia.	SI

AREA STRATEGICA	
2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale	
OBIETTIVO STRATEGICO	
2.1. Marketing territoriale	
OBIETTIVO OPERATIVO	
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.	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
1. Controllo del flusso di arrivo e di evasione delle pratiche telematiche	<p>SI</p> <p>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 esclusivamente condotta dall'Azienda speciale Subfor, ha esercitato e continua e svolgere attività di supporto ed assistenza nei confronti dei n. 17 (su 29) Comuni della provincia di Taranto che</p>
2. Attività formativa rivolta ai Comuni in avvalimento	

<p>3. Concessione in utilizzo gratuito dell'applicativo da parte dei Comuni in avalimento</p>	<p>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.</p> <p>Nell'anno 2013 Subfor ha condotto le seguenti attività:</p> <ul style="list-style-type: none">• assistenza informativa e dotazione strumentale software nei confronti dei Comuni che hanno manifestato la volontà di avvalersi della Camera di commercio in tale procedura;• attività di monitoraggio costante sulle scrivanie virtuali dei singoli Comuni in avalimento alla Camera finalizzata ad accertare il funzionamento del dispositivo telematico ed eventuali relative anomalie.
---	--

AREA STRATEGICA	
2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale	
OBIETTIVO STRATEGICO	
2.1. Marketing territoriale	
OBIETTIVO OPERATIVO	
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	
2.1.3 Istituzione di una Borsa immobiliare provinciale	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)

<p>1. Istituzione della Borsa immobiliare provinciale in collaborazione con Tecnoborsa Scpa</p>	<p>SI</p> <p>Nel corso del 2013, l'Azienda speciale Subfor, cui è stata delegata dall'Ente camerale la funzione di Segreteria della Borsa immobiliare di Taranto, ha dato corso alle attività previste dal cronoprogramma operativo della B.I.TA. approvato dal Consiglio di Amministrazione di Subfor nella seduta dell'8 febbraio 2012. In particolare, la struttura tecnica dell'Azienda ha provveduto ad assicurare tutte le azioni segretariali e di coordinamento necessarie ai fini dell'insediamento dei Comitati tecnico e di Borsa previsti dal Regolamento, avvenuto il 7 marzo 2013. In data 17 maggio 2013, il Comitato di Borsa ha approvato il modello per l'accreditamento degli Operatori alla B.I.TA. ed i relativi allegati documentali (Dichiarazione Sostitutiva Notizie relative all'impresa; Dichiarazione Sostitutiva ai sensi degli artt.46 e 47 D.P.R. 28 dicembre 2000, n.445 da effettuarsi da parte del legale rappresentante e di tutti i mediatori di cui l'impresa intende avvalersi; Contratto di adesione al servizio sottoscritto), tutti redatti in bozza dall'Azienda. Conseguenzialmente, l'Azienda ha proceduto alla pubblicazione sul sito istituzionale dell'Ente camerale dei predetti documenti, provvedendo altresì alla divulgazione a mezzo PEC di tale informazione presso tutti gli operatori della provincia e presso le maggiori associazioni di categoria del settore. È stata, altresì, attivata una casella di posta elettronica certificata dedicata alla Borsa, presso la quale potranno pervenire le domande di accreditamento.</p>
---	--

AREA STRATEGICA
2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale
OBIETTIVO STRATEGICO
2.1. Marketing territoriale
OBIETTIVO OPERATIVO
2.1.4. Definizione di un'offerta localizzativa integrata delle diverse aree per insediamenti produttivi presenti nei Comuni della provincia di Taranto

AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
1. Definizione dell'offerta localizzativa – Studio di fattibilità	L'obiettivo operativo è stato fortemente condizionato dalla questione ambientale e dalla imprevedibile evoluzione della vicenda giudiziaria ILVA che, sino a risoluzione, influenza azioni di marketing territoriale. Ha operato nel corso dell'esercizio la Commissione consiliare insediata in data 20/09/2012.
2. Piattaforma software	
3. Promozione dell'attrattività economica del territorio	
4. Accompagnamento e sostegno alle imprese esterne che si insediano sul territorio	

AZIONI intervenute in corso di esercizio	Risultato conseguito
Tavolo istituzionale della mobilità della provincia di Taranto	<p>SI</p> <p>In data 23 gennaio 2012 è stato istituito presso la Camera di commercio di Taranto il “Tavolo della mobilità”, organismo di natura concertativa, fondato su un articolato documento di intenti sottoscritto dai protagonisti istituzionali di livello nazionale, interregionale e provinciale.</p> <p>Il Tavolo, nel perseguire la logica di una intelligenza economica territoriale, muove dalla convinzione che esista una correlazione positiva tra dotazione infrastrutturale e sviluppo territoriale, tale per cui lo sviluppo intermodale costituisce la leva decisiva attraverso la quale garantire la giusta competitività al territorio tarantino. Rappresenta, dunque, la sede istituzionale di sintesi, coordinamento e programmazione delle iniziative riguardanti lo sviluppo infrastrutturale della provincia di Taranto.</p>

Con particolare riferimento alle prospettive di sviluppo dello scalo aeroportuale di Taranto, il Tavolo ha dato corso, anche attraverso l'insediamento di appositi gruppi di lavoro, ad un processo di studio e verifica dei principali fattori competitivi caratterizzanti il citato scalo e delle più evidenti obiezioni alla sua apertura. Tali elementi sono sintetizzati in un esplicativo dossier intitolato "Senza aeroporto non c'è sviluppo" e in successivi e dettagliati documenti di analisi che dimostrano definitivamente la portata del bacino di utenza interessato ed attivabile, nonché le opportunità di sviluppo che la piena fruizione del "Marcello Arlotta" offrirebbe all'economia tarantina.

In successivi incontri organizzati dal Tavolo a partire del 2012 e proseguiti nel 2013 i più rilevanti attori istituzionali, sociali ed economici dell'arco jonico hanno aggiunto la loro adesione al documento di intenti istitutivo del Tavolo, e condiviso le evidenze emerse, sottoscrivendo una manifestazione di interesse circa l'attivazione di voli passeggeri da e per l'Aeroporto di Taranto. L'Azienda speciale Subfor ha supportato l'Ente camerale in tutte le attività di ricerca, studio, promozione e diffusione dell'iniziativa.

AREA STRATEGICA	
2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale	
OBIETTIVO STRATEGICO	
2.2. Valorizzazione delle eccellenze	
OBIETTIVO OPERATIVO	
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	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)

<p>1. Costituzione di un tavolo settoriale ed intersettoriale di valutazione e selezione</p>	<p>SI</p> <p>Ai fini del supporto e della promozione della filiera enoagroalimentare di qualità, nell'esercizio 2013 si è particolarmente intensificata l'attività camerale quale 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".</p> <p>Di particolare rilievo nella individuazione delle eccellenze territoriali, anche ai fini della loro valorizzazione nell'ambito di Expo 2015, la Camera, per il tramite dell'Azienda ha realizzato Il progetto "Dieta mediterranea", a valere sul Fondo perequativo 2011-2012, portato avanti da un partenariato composto da 11 Camere di commercio e scaturito dalla volontà di celebrare e promuovere la Dieta Mediterranea e con essa i territori che ne esprimono le eccellenze culturali, ambientali e produttive. Il network camerale ha operato trasversalmente al fine di valorizzare i prodotti tipici agroalimentari, favorire la promozione delle produzioni enogastronomiche, facilitare la promozione territoriale in generale, stimolare la divulgazione del Made in Italy, la diffusione delle tradizioni culturali, l'internazionalizzazione delle produzioni e delle imprese, la divulgazione della ristorazione di qualità.</p> <p>In particolare, l'Azienda speciale Subfor ha realizzato per conto dell'Ente camerale le seguenti attività:</p> <ul style="list-style-type: none"> - "Partecipazione del Progetto ad ANUGA 2013": il progetto ha partecipato nell'ottobre 2013 alla Fiera ANUGA di COLONIA, la più importante Fiera di settore in Europa, con l'organizzazione di uno Show Cooking, nell'ambito del Culinary Stage organizzato presso il padiglione 7 della Fiera di Colonia. La partecipazione ha previsto la preparazione, live, di una ricetta tipica tarantina, oggetto anche di ricerca nell'ambito della produzione degli Archivi della Memoria. Le aziende hanno fornito i prodotti necessari per la preparazione delle pietanze oltreché materiale promozionale distribuito in Fiera.
--	--

- “Partecipazione del Progetto a TUTTOFOOD”: il progetto ha preso parte alla Fiera TUTTOFOOD, svoltasi a Milano dal 19 al 22 maggio 2013. Lo spazio Dieta Mediterranea delle Camere di commercio ha presentato, con una selezione di prodotti locali e materiale informativo, le produzioni enogastronomiche locali. L’area è stata dotata di supporti tecnologici idonei ad illustrare il progetto. L’Azienda ha allestito una teca espositiva di forma piramidale con prodotti agroalimentari locali.
- “Realizzazione degli “Archivi della Memoria” L’Azienda ha realizzato l’“Archivio della Memoria”, una produzione videodocumentale disponibile su DVD e sul sito www.meditanetwork.eu, allestito per facilitare la promozione e la diffusione del vasto materiale archiviato.
- “Realizzazione Tour del Gusto” in partenariato con ISNART e con le Camere di Commercio Italiane all’estero di New York e Houston: obiettivi di questa azione sono stati la divulgazione degli Archivi della Memoria finalizzata alla promozione delle produzioni tipiche delle province partner anche all’estero e la promozione delle produzioni tipiche delle aziende agroalimentari che hanno aderito al TOUR. Per questo, l’Azienda ha selezionato le imprese, gran parte delle quali matricola, i cui prodotti sono stati condotti in tour e offerti in degustazione a giornalisti, opinion e leader e buyers nell’ambito di Menù MEDITA appositamente studiati strutturati. Sono state realizzate due tappe del tour, a New York e Houston dal 2 al 4 dicembre 2013. Gli Archivi della Memoria realizzati e l’elenco delle aziende coinvolte, corredate da link ai siti internet aziendali sono stati posti a disposizione di ciascun opinion leader intervenuto.

AREA STRATEGICA

2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale

OBIETTIVO STRATEGICO

2.3 Internazionalizzazione del sistema imprenditoriale

OBIETTIVO OPERATIVO

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

2.3.2. Promuovere la cultura dell'aggregazione, anche temporanea, di imprese al fine della realizzazione di iniziative condivise

AZIONI

Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)

2.Country presentation	<p>SI</p>
3.Seminari di formazione sulle tecniche di commercio internazionale	<p>L'attività di promozione dell'internazionalizzazione del sistema imprenditoriale, gestita dall'Azienda speciale Subfor su delega dell'Ente camerale, è stata particolarmente impegnativa nel corso del 2013. Sotto il profilo essenzialmente <i>promozionale</i> essa si è sviluppata sulle seguenti direttrici principali, condivise dalla Commissione consiliare Internazionalizzazione.</p>
4.Sottoscrizione di protocolli operativi con Camere di commercio estere ed italiane all'estero	<p><i>Database</i></p> <p>Si è proseguito nella implementazione del database delle imprese interessate a venire affiancate e supportate dalla Camera di commercio di Taranto nell'attività di internazionalizzazione, attraverso l'apertura di un secondo avviso, 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. Nel corso del 2013 hanno aderito a tale iniziativa ulteriori 41 imprese di vari settori economici che hanno portato a 122 il numero complessivo delle aziende ormai fidelizzate alle attività camerale nella materia. I dati forniti dalle imprese sono utili per la programmazione esecutiva delle iniziative di internazionalizzazione.</p>
5.Trade & Support Office e Piattaforme logistiche per l'internazionalizzazione (include missioni all'estero)	<p><i>Formazione/informazione</i></p> <p>L'Azienda ha organizzato "Country presentation" ed altri eventi informativi/formativi. Le iniziative, dettagliate nel prospetto allegato, sono state rivolte alle imprese del territorio per favorire l'accesso e l'espansione delle stesse sui mercati esteri, sia attraverso la presentazione delle opportunità presenti su mercati selezionati, sia con l'offerta di moduli formativi sulle tecniche del commercio estero.</p>
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

Missioni

Subfor ha organizzato, su delega dell'Ente, autonome missioni outgoing ed incoming finalizzate a sostenere e promuovere le imprese del territorio provinciale impegnate in strategie di internazionalizzazione. In particolare, è stata realizzata una missione di outgoing economico – commerciale a Lugano in occasione del Salone del Viaggiatore (1-3 novembre 2013), nonché due missioni incoming dalla Germania e dalla Russia quali follow up delle precedenti esperienze di esplorazione di mercati d'interesse. Nella tabella allegata si dettagliano i principali elementi organizzativi. L'Azienda sta altresì curando le fasi post missione, attraverso il monitoraggio dei feedback e degli esiti degli incontri. Complessivamente, le missioni hanno ottenuto un positivo riscontro, sia da parte delle imprese tarantine, sia da parte degli operatori esteri. Motivazioni tecniche indipendenti dalla volontà dell'Ente camerale hanno impedito la realizzazione della prevista missione outgoing a Chicago e Toronto. Si stanno predisponendo le azioni necessarie per offrire ugualmente alle imprese interessate l'opportunità di conoscere i predetti mercati.

INIZIATIVE CONGIUNTE

SIAFT IV

Nel perseguimento dell'obiettivo di Internazionalizzazione, particolarmente impegnativa è risultata l'attività condotta da Subfor nell'ambito di SIAFT IV edizione. L'iniziativa, nata nel Mezzogiorno d'Italia per la valorizzazione dell'enogastronomia e della filiera del turismo tramite la valorizzazione della modalità delle missioni di incoming, ha coinvolto nel corso delle tre edizioni precedenti 163 buyers e 30 opinion leader e 391 aziende del Centro Sud; numeri che hanno indotto il sistema a rinnovare e proseguire le attività secondo il modello SIAFT adottato da Unioncamere anche per veicolare l'impegno delle CCIE a favore delle aziende italiane. Il progetto, che si concluderà nell'esercizio 2014, si è svolto in collaborazione con altre 18 Camere di commercio. La tabella allegata riporta in sintesi gli elementi organizzativi di maggiore rilievo. L'Azienda ha curato tutti gli aspetti promozionali, organizzativi e gestionali dell'iniziativa che ha riscosso notevole successo a livello internazionale, assicurando alle imprese tarantine coinvolte - tutte "matricole" - tanto un incremento della visibilità dei prodotti offerti, quanto un significativo numero di contatti spesso finalizzati commercialmente.

ITINERARI FEDERICIANI L'iniziativa, cofinanziata da Unioncamere e dal contributo di 7 Camere di commercio, in collaborazione con Mondimpresa e Camera di Commercio Italiana per la Germania, si è rivolta alle aziende turistiche, agroalimentari e di artigianato artistico con la finalità di sostenere il cosiddetto turismo emozionale e di esperienza, legato agli Itinerari di Federico II nelle Regioni del sud d'Italia. L'Azienda ha curato tutti gli aspetti promozionali, organizzativi e gestionali. Nella tavola di sintesi allegata si riportano gli elementi organizzativi essenziali.

VOUCHER

L'Ente camerale ha, infine, valutato di procedere all'erogazione diretta dei contributi individuali (voucher) per attività di internazionalizzazione previsti dalla programmazione 2013, senza il tramite finanziario dell'Azienda speciale che ha curato, però, tutta l'attività di selezione dei beneficiari.

L'attività di *assistenza* alle imprese è stata portata avanti attraverso lo Sportello per la internazionalizzazione delle imprese, gestito da Subfor 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 2013 i servizi di sportello si sono affiancati a quelli resi dall'antenna territoriale tarantina di BRIDGEconomies, 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.

Lo sportello si è potuto avvalere anche nel 2013 della collaborazione dell'importante figura consulenziale del Temporary export manager, già sperimentata nell'esercizio precedente, il cui contributo in termini di assistenza diretta, qualificata e personalizzata alle imprese ha consentito certamente un significativo ampliamento degli ambiti di supporto al sistema economici locale. Il TEM ha, infatti, incontrato numerose realtà imprenditoriali alle quali ha prestato la necessaria assistenza (informazioni, reperimento di contatti istituzionali, suggerimenti di tipo strategico) per l'avvio delle attività di internazionalizzazione. Egli ha, inoltre, affiancato l'Azienda nello svolgimento delle descritte attività promozionali in materia di internazionalizzazione.

Il personale aziendale, infine, ha potuto proseguire la partecipazione alle attività di formazione in modalità e-learning rivolte ai responsabili ed addetti agli degli sportelli per l'internazionalizzazione delle Camere di commercio italiane. Tanto al fine di elevare ulteriormente il livello di competenze degli operatori dedicati, omologando contenuti e qualità del servizio assistenziale su tutto il territorio nazionale, fino alla creazione di una vera e propria rete (anche virtuale) degli Sportelli per l'internazionalizzazione, denominata Worldpass, pienamente operativa dal 2013.

Fiere programma Unioncamere Puglia

La Camera, sempre per il tramite di Subfor, 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 alle aziende locali di migliorare la visibilità e la competitività in ambito nazionale ed internazionale.

	<p>Con riferimento all'azione relativa alla "Sottoscrizione di protocolli operativi con Camere di commercio estere", oltre alla ormai biennale proficua collaborazione con la Camera di commercio italiana per la Germania che ha condotto alla efficace realizzazione di due missioni incoming di tour operator sul territorio provinciale, è da segnalare l'importante accordo di collaborazione sottoscritto in data 11 luglio 2013 tra la Camera di commercio di Taranto, la Camera di commercio di Belgrado, Confindustria Serbia e Distretto Produttivo Regionale dell'Ambiente e del Riutilizzo – DIPAR. Il documento prevede, in particolare, l'insediamento presso la Camera di commercio di Belgrado di un Tavolo di lavoro inter – istituzionale finalizzato allo studio delle opportunità di partenariato e di penetrazione commerciale del mercato serbo da parte delle imprese tarantine in tutti i settori economici. La prima tematica settoriale che sarà affrontata dall'istituendo Tavolo (in fase di insediamento alla data di elaborazione della presente Relazione) sarà quella relativa alla realizzazione di un "progetto pilota" che coniughi lo sviluppo industriale e residenziale con il rispetto dell'ambiente.</p> <p>L'Accordo contempla, inoltre, che sia favorita nei due Paesi la conoscenza, da un lato, delle realtà imprenditoriali tarantine, dall'altro, del mercato serbo, anche attraverso apposite iniziative informative/formative (missioni imprenditoriali, fiere, incontri, conferenze), con il supporto delle strutture tecniche dei Partecipanti all'Accordo serbi. In tal senso, utile appare la programmazione di una missione incoming di operatori (importatori, distributori) serbi del settore eno - agroalimentare al fine di verificare tutte le possibili opportunità di interscambio commerciale con l'area tarantina, anche considerato che la Serbia è una ideale piattaforma di ingresso nel più ampio mercato russo.</p>
--	--

AREA STRATEGICA	
2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale	
OBIETTIVO STRATEGICO	
2.4.Start up	
OBIETTIVO OPERATIVO	
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)	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)

<p>1. Contributo allo start up d'impresa per lo sfruttamento di brevetti registrati</p>	<p>SI</p> <p>Finalità delle azioni connesse a tali obiettivi operativi è stata quella di ampliare la base imprenditoriale locale, incoraggiando la creazione d'impresa anche in ambiti non tradizionali, diffondendo la cultura dell'imprenditorialità a livello giovanile. Tanto attraverso una articolata attività di incentivazione, informazione/formazione e scouting verso diversi target. All'impresa di genere è stato 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, fra le quali la realizzazione – curata da Subfor - di n. 2 eventi seminari, molto seguiti, sui temi: "Recuperabilità e deducibilità dei crediti: obblighi, opportunità e convenienza" (18 ottobre 2013); "Finanziare l'impresa. Credito bancario: strumenti di mitigazione del rischio del credito" (25 novembre 2013).</p>
<p>3. Iniziative di formazione/informazione per imprese innovative, femminili e giovanili</p>	<p>Inoltre, è stato consolidato il network degli sportelli per lo start up sul territorio, iniziativa avviata nel 2012, attraverso la collaborazione con soggetti appartenenti al mondo associativo datoriale. Tanto attraverso la realizzazione, per il tramite dell'Azienda speciale Subfor, del progetto SIRNI a valere sull'Accordo MISE – UC 2011. Nel 2013 è stato, anche, avviato in quest'ambito un innovativo percorso di formazione ed accompagnamento all'autoimprenditorialità, in collaborazione con la citata rete degli sportelli.</p>
<p>4. Scouting delle proposte progettuali di giovani imprenditori</p>	

AREA STRATEGICA	
2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale	
OBIETTIVO STRATEGICO	
2.5.Spin-off	
OBIETTIVO OPERATIVO	
2.5.1.Promuovere la nascita e lo sviluppo di nuove imprese innovative attraverso la costituzione di imprese spin off accademici e/o industriali.	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
1.Formazione volta alla “gestione di progetti innovativi”	Obiettivo slittato nell’esercizio 2014.
2.Scouting delle proposte progettuali di ricercatori e giovani imprenditori	
3.Costituzione di nuove imprese spin off	

AREA STRATEGICA	
2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale	
OBIETTIVO STRATEGICO	
2.6. Distretti Produttivi	
OBIETTIVO OPERATIVO	
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	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
1. Offrire alle imprese servizi di consulenza finanziaria e servizi innovativi ad alto contenuto tecnologico	<p>SI</p> <p>L'obiettivo è stato perseguito attraverso la positiva 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"> • promuovere l'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese, attraverso interventi per la promozione della cultura dell'aggregazione; • riqualificare le aree urbane attraverso la valorizzazione dei servizi commerciali e del terziario ("Reti per il commercio urbano").

<p>2.Realizzare attività volte alla creazione di canali consolidati tra gli operatori</p>	<p>Oltre ad assicurare assistenza continuativa alle imprese interessate, la Camera di commercio ha realizzato anche due importanti moduli formativi, che hanno avuto luogo nei giorni 16 e 17 dicembre 2013, progettati, organizzati e gestiti dall’Azienda speciale Subfor in collaborazione con soggetti specializzati di livello nazionale, fra cui Indis Unioncamere. Inoltre, l’Azienda ha supportato l’Ente camerale nella predisposizione dell’Avviso pubblico per erogazione di un contributo in favore di contratti di rete stipulandi e stipulati nella misura massima del 30% delle spese per investimenti e servizi collettivi sostenuti dal gruppo di imprese aggregate che ha avuto un positivo seguito.</p>
<p>3.Contibuti a bando ai Distretti riconosciuti dalla Regione Puglia concessi a quelli aventi sede legale nella provincia di Taranto</p>	

AREA STRATEGICA	
2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale	
OBIETTIVO STRATEGICO	
2.6. Distretti Produttivi	
OBIETTIVO OPERATIVO	
2.6.2 Perseguire politiche organiche di riqualificazione del commercio locale per ottimizzare la funzione commerciale e dei servizi al cittadino	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
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	SI Nel corso del 2013 sono stati sviluppati i 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.

AREA STRATEGICA	
2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale	
OBIETTIVO STRATEGICO	
2.7. Responsabilità sociale d'impresa e Terzo settore	
OBIETTIVO OPERATIVO	
2.7.1. Condivisione e diffusione dei principi della responsabilità sociale d'impresa	
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	
2.7.3. Favorire la nascita di imprese sociali	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)

<p>1.Attività formativa/informativa sulla Responsabilità sociale d’impresa, inclusa la selezione di eccellenze locali; iniziative di formazione/informazione per le imprese sociali</p>	<p>SI</p> <p>Rilevanti sono state nel corso del 2013 le iniziative realizzate dal Comitato per l’imprenditorialità sociale (CIS) della Camera di commercio di Taranto che, coadiuvato dall’Azienda speciale Subfor, persegue il presente obiettivo. Fra queste: il fondamentale supporto all’Istat per la realizzazione del Censimento delle Istituzioni nonprofit, primo efficace tentativo di contare e dare un volto alle migliaia di realtà del Terzo settore operanti nella provincia; il convegno “Responsabilità sociale d’impresa ed imprenditorialità sociale: paradigmi di crescita sostenibile” con la partecipazione di Carlo Borzaga e la Presentazione del Marchio Impresa Etica con CISE di Forlì Cesena. Sempre nel 2013 l’Azienda ha supportato la partecipazione dell’Ente camerale all’iniziativa di sistema a valere sul Fondo di perequazione Unioncamere per la promozione dello “Start up imprenditoria sociale” attraverso un percorso di formazione e tutoring per aspiranti imprenditori sociali.</p> <p>Fra i 38 Enti camerali che hanno aderito, quella di Taranto è la Camera che, dopo Roma e Milano, ha ricevuto il maggior numero di adesioni. I 12 soggetti selezionati hanno concluso l’attività formativa e si avviano alla fase di start up con l’ausilio dei tutor.</p>
<p>4.Promozione di progetti pilota integrati</p>	

AREA STRATEGICA	
2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale	
OBIETTIVO STRATEGICO	
2.8 Ecosostenibilità	
OBIETTIVO OPERATIVO	
2.8.1. Facilitare la crescita di una economia ecosostenibile, promuovendo azioni di rete e di indirizzo generale	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
2. Redazione di un documento di identificazione del territorio e certificazione ambientale del territorio	In esito alla richiesta formulata nel 2012 dall'Ente camerale, solo nei primi giorni del 2014 il Polo scientifico tecnologico Magna Grecia Taranto ha fornito risposta in merito alla disponibilità del Comitato d'indirizzo alla redazione del documento finalizzato alla certificazione ambientale del territorio.

AREA STRATEGICA	
2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale	
OBIETTIVO STRATEGICO	
2.9. Innovazione tecnologica	
OBIETTIVO OPERATIVO	
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).	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
1. Promozione della cultura dell'innovazione tra le imprese locali	<p>SI</p> <p>Nel 2013, la Camera di commercio di Taranto, con il supporto di Subfor, ha realizzato un progetto di potenziamento del proprio Ufficio Brevetti e Marchi, finalizzato alla diffusione della cultura brevettuale ed al rafforzamento dei servizi alle imprese sulla tutela della proprietà industriale. Il progetto è stato promosso e cofinanziato da Ministero dello Sviluppo Economico ed Unioncamere. In tale ambito, è stata organizzata, in collaborazione con Dintec l'iniziativa "Dicembre, mese della Proprietà industriale", nel corso della quale l'Ufficio Brevetti e Marchi della Camera di commercio di Taranto ha incontrato le imprese per un servizio di approfondita consulenza ed informazione. In particolare, nei giorni 3 e 10 dicembre 2013 si è discusso degli aspetti legali, amministrativi e tecnici relativi al deposito di titoli di proprietà industriale, procedure di estensione all'estero, di opposizione, uso illecito di titoli di PI, incentivi per l'estensione all'estero tramite UAMI e WIPO dei marchi.</p>

<p>2. Formazione manageriale sulla "gestione dei progetti di innovazione aziendale"</p>	<p>Nei giorni 17 e 19 dicembre 2013, l'Ufficio è stato, invece, a disposizione anche per ricerche di titoli di proprietà industriale e estrazione dei relativi documenti con l'ausilio delle banche dati su brevetti e marchi. Tali incontri si sono svolti in modalità one to one esclusivamente su appuntamento presso l'Azienda speciale.</p> <p>Il 5 dicembre 2013 è stato, inoltre, organizzato il seminario pubblico dedicato ad imprese, professionisti e privati sul tema "Bric: opportunità o rischi? Come predisporre una strategia di tutela della proprietà industriale in Cina, Brasile, Russia e India." Il seminario ha avuto lo scopo di fornire gli spunti per orientarsi nelle complessità della tutela dei diritti di proprietà industriale nei Paesi a maggior sviluppo del PIL (Cina, Russia, Brasile e India). Al termine del seminario, l'azienda ed i consulenti Dintec hanno incontrato gli interessati in modalità one to one.</p>
<p>3. Favorire l'incontro tra domanda e offerta di innovazione</p>	

AREA STRATEGICA	
2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale	
OBIETTIVO STRATEGICO	
2.10 Turismo	
OBIETTIVO OPERATIVO	
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	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
1.Assegnazione del marchio di qualità per le imprese turistiche "Ospitalità italiana" (rinnovi e nuove assegnazioni)	SI L'obiettivo è stato perseguito attraverso la realizzazione del progetto Spotur, a valere sul Fondo perequativo 2011 – 2012, finalizzato a rafforzare ulteriormente la centralità dell'Ente nel ruolo di "ponte" con e tra le imprese del settore turismo, considerando sia quelle direttamente turistiche che quelle facenti parte della intera filiera, fornendo loro adeguato supporto, anche in termini di certificazione di qualità. Fra le principali fasi progettuali, vi è la nuova edizione del Marchio di qualità "Ospitalità italiana".
2.Bando per la valorizzazione dei prodotti e dell'ospitalità tipica	Anche i già citati progetti Dieta Mediterranea e Itinerari federiciani, entrambi volti alla valorizzazione delle produzioni tipiche provinciali, hanno contribuito al conseguimento dell'obiettivo.
3.Riconoscimento del marchio europeo di qualità "Cozza tarantina"	Con riferimento alla valorizzazione dei prodotti della mitilicoltura, invece, le ben note difficoltà del settore prevalentemente rinvenienti dalla problematica ambientale non hanno consentito la programmazione di azioni efficaci in tal senso.

AREA STRATEGICA	
2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale	
OBIETTIVO STRATEGICO	
2.10 Turismo	
OBIETTIVO OPERATIVO	
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	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
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	<p>SI</p> <p>L'Ente camerale si è avvalso dell'Azienda speciale Subfor per lo svolgimento delle attività propedeutiche alla sottoscrizione del nuovo Protocollo d'intesa sul turismo fra la stessa Camera di commercio e i Gruppi di azione locale (GAL) della provincia di Taranto, essenzialmente finalizzato a dare corso, in modalità concertativa e sinergica, ad azioni pianificate ed interventi orientati alla promozione turistica del territorio ionico. Il lavoro di redazione dei contenuti, discussione e promozione degli stessi ha condotto all'obiettivo concretizzatosi in data 19.04.2013 nel corso di una iniziativa pubblica. Il coordinamento delle attività con i GAL, nonostante i ripetuti solleciti dell'Ente camerale, ha sofferto molteplici difficoltà. La Camera ha, tuttavia, provveduto ad individuare fra gli interventi prioritari indicati nell'ambito delle proprie competenze protocollari, la creazione di un parco marino contenente attrazioni sommerse, del tipo "Museo delle opere d'arte subacquee". L'Azienda ha lavorato alla redazione dell'avviso pubblico per l'individuazione di un soggetto cui affidare l'elaborazione della relativa progettazione, poi pubblicato nel 2014.</p>

AREA STRATEGICA	
3. Potenziare le infrastrutture materiali e immateriali	
OBIETTIVO STRATEGICO	
3.1. Dismissione aree demaniali e sviluppo logistico portuale e retroportuale	
OBIETTIVO OPERATIVO	
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	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
1. Contributo straordinario annuale a salvaguardia dell'equilibrio economico della Società partecipata	<p>Relativamente alla S.c. a r.l. Distripark Taranto, la Giunta camerale, al termine di una complessa attività di analisi delle criticità gestionali della Società svoltasi nel corso del 2013, con propria Delibera n.14 del 30.01.2014 ha condiviso la seguente linea di azione e dato mandato al Presidente della Camera di commercio affinché la approvi in Assemblea straordinaria di Distripark Taranto: azzerare il capitale sociale per perdite, ripianare le perdite eccedenti il capitale sociale e ricapitalizzare la società al minimo legale di legge di € .10.000 che prevede per il Consiglio di Amministrazione della Società consortile una serie di adempimenti dettagliati nella menzionata delibera. Tanto al fine di salvare la Società, soggetto attuatore dell'importante iniziativa infrastrutturale retroportuale, dal default, anche conseguente allo storno delle più recenti risorse CIPE da Distripark ad attività di bonifica ritenute più urgenti dalla Regione Puglia.</p> <p>Con riferimento all'esercizio 2012, non è stato versato nel 2013 il contributo straordinario annuale a salvaguardia dell'equilibrio economico.</p>

AREA STRATEGICA	
3. Potenziare le infrastrutture materiali e immateriali	
OBIETTIVO STRATEGICO	
3.2. Polo universitario e scientifico	
OBIETTIVO OPERATIVO	
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	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
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	SI L'Ente camerale ha destinato al Protocollo le necessarie risorse. Inoltre, ha sottoscritto apposite convenzioni, in particolare con la facoltà di Economia di Taranto, che hanno consentito una presenza media di almeno due tirocinanti presso gli Uffici camerali.
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	

AREA STRATEGICA	
4. Potenziamento della funzione di interlocutore privilegiato sui temi dell'economia	
OBIETTIVO STRATEGICO	
4.1. Centro analisi e studi	
OBIETTIVO OPERATIVO	
4.1.1. Implementare la completezza e la tempestività dell'informazione economica	
4.1.2. Migliorarne la diffusione pubblica	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
1. Potenziamento dell'Osservatorio	Il Centro analisi e studi dell'Ente, la cui gestione è affidata all'Azienda, è stato potenziato nel corso del 2013

<p>2. Standardizzazione del format e della tempistica della comunicazione esterna</p>	<p>principalmente a livello di capacità comunicativa verso l'esterno, assumendo sempre più le caratteristiche di un vero e proprio Osservatorio economico in grado di valorizzare il patrimonio informativo camerale con strumenti di comunicazione periodici e standardizzati tanto nella forma - prevalentemente telematica - che nella tempistica di rilascio. Oltre alla cura degli aspetti di potenziamento delle funzioni di Osservatorio, gli interventi demandati all'Azienda speciale Subfor nel 2013 per il raggiungimento di tali obiettivi sono principalmente riconducibili alla standardizzazione del format e della tempistica della comunicazione esterna, attraverso il rilascio di periodici comunicati di informazione statistica di fonte camerale.</p> <p>Di particolare rilievo l'attività condotta dall'Azienda per la realizzazione della 11° edizione della Giornata dell'economia, svoltasi il 24 giugno 2013 alla presenza delle autorità locali e delle rappresentanze economiche e sociali del territorio. L'Azienda ha, come usualmente, curato la lettura dei dati, l'analisi degli stessi e la redazione del Report strutturale dell'economia tarantina. L'Azienda ha, inoltre, curato in collaborazione con il prof. Mario Turco la presentazione dei dati rinvenuti dal complesso studio statistico - economico sul dissesto del Comune di Taranto, condotto da Subfor sin dall'anno 2012 al fine di rilevare l'impatto che tale evento amministrativo ha avuto sul sistema imprenditoriale locale, inteso sia nel suo complesso, sia a livello settoriale. Tutta la documentazione, distribuita agli stakeholder a cura dell'Azienda, è resa disponibile sul sito internet dell'Ente camerale.</p>
<p>AZIONI intervenute in corso di esercizio</p>	<p>Risultato conseguito</p>
<p>IX Censimento generale dell'industria e dei servizi e Censimento delle istituzioni non profit.</p>	<p>Su delega dell'Ente camerale, Subfor ha garantito per tutto il 2013 il corretto ed efficiente funzionamento dell'Ufficio provinciale di censimento, attraverso il completamento dell'indagine, avviata nel 2012, prevista dal Programma statistico nazionale, il supporto all'attività dell'Istat nazionale e regionale e lo svolgimento delle funzioni indicate, incluso l'importante ruolo di chiusura delle operazioni tecniche connesse al IX Censimento generale dell'Industria e servizi e Censimento delle Istituzioni nonprofit (con particolare riguardo alla diffida delle unità non rispondenti ed al recupero delle mancate risposte).</p>

AREA STRATEGICA	
5. Sviluppare un sistema integrato di pianificazione, controllo e valutazione	
OBIETTIVO STRATEGICO	
5.1. Realizzazione e gestione del Ciclo di gestione della performance in applicazione del D.lgs.n.150/2009	
OBIETTIVO OPERATIVO	
5.1.1. Adozione dei provvedimenti di attuazione di tutte le fasi del ciclo di gestione della performance.	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
4. Monitoraggio della performance attraverso l'utilizzo di un'apposita procedura informatica	SI L'istituzione della procedura informatica di controllo del Budget direzionale risponde alle finalità dell'obiettivo, analogamente alla già intervenuta adozione del Piano della Performance 2012 – 2014 ed alla nomina dell'Organismo indipendente di valutazione della performance nel novembre 2013.
5. Adozione della Relazione sulla Performance	

AREA STRATEGICA	
6. Avviare le procedure per l'ottenimento del Sistema di qualità interno	
OBIETTIVO STRATEGICO	
6.1 Sistema di qualità interno	
OBIETTIVO OPERATIVO	
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	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
1. Autovalutazione a partire dalle Aree anagrafica ed amministrativo - contabile	SI Prosegue l'elaborazione del Manuale nazionale (partecipazione del Conservatore al Comitato normativo).

AREA STRATEGICA	
7. Potenziare la comunicazione istituzionale	
OBIETTIVO STRATEGICO	
7.1 Comunicazione istituzionale	
OBIETTIVO OPERATIVO	
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	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)

<p>1. Completa rispondenza del sito web al dettato normativo</p>	<p>SI</p> <p>È proseguita nell'anno 2013 l'attività di aggiornamento del sito web dell'Ente effettuata da Subfor. 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, nonché l'avvio dell'adeguamento della sezione relativa alla trasparenza alle prescrizioni formali previste dal D.Lgs. n.33/2013 (Amministrazione trasparente). 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 (104.247 visitatori per 313.331 pagine visitate nel 2013).</p> <p>Il numero degli interventi eseguiti e la complessità degli argomenti trattati evidenziano il notevole e 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.</p>
--	---

<p>2. Professionalizzazione della newsletter camerale “Ephemeris”</p>	<p>Si è garantita 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, secondo le seguenti direttrici di sviluppo – attuate da Subfor, tutte corrispondenti a prodotti a vario supporto di rilevante impatto esterno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sito web dell’Ente camerale (modificato, arricchito, aggiornato sotto il profilo grafico e contenutistico ed in costante miglioramento); - 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) in luogo della newsletter; - iniziative seminari, convegnistiche e conferenza stampa a varia finalità (formazione/informazione in tema di internazionalizzazione; assistenza ad altre aree funzionali nella realizzazione e gestione di seminari tecnici sulle competenze camerali; seminari in materia di finanziamenti ed agevolazioni alle imprese; approfondimenti per i rispondenti sul 9° Censimento generale industria e servizi e Censimento delle istituzioni nonprofit); - contributi pubblicistici relativi alla conoscenza delle attività promozionali e burocratico – certificative dell’Ente; - pubblicazione di annunci istituzionali sulla stampa e realizzazione di campagne pubblicitarie sui quotidiani locali; - supporto comunicativo all’Ufficio di Presidenza camerale (comunicati stampa, relazioni ed interventi in occasione di convegni); - ricevimento di numerose visite scolastiche per la promozione della cultura d’impresa e dell’immagine pubblica della Camera di commercio; - attivazione e 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.
<p>3. Implementazione degli strumenti di customer satisfaction</p>	<p>È stata, altresì, svolta attività di customer satisfaction attraverso la redazione di periodiche indagini nell’ambito della Cittadella, nonché proseguendo nella attuazione della iniziativa ministeriale Mettiamoci la faccia, che offre giudizi completamente positivi sulla qualità del servizio nell’esercizio 2013.</p>
<p>4. Iniziative editoriali mirate</p>	

AREA STRATEGICA

8. Razionalizzare le partecipazioni strategiche

OBIETTIVO STRATEGICO

8.1. Ottimizzazione delle risorse investite negli Enti partecipati

OBIETTIVO OPERATIVO

8.1.1. Ridimensionamento delle partecipazioni rispetto alle priorità dell'Ente

AZIONI

Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)

<p>1. Avvio di un processo di razionalizzazione strategica del patrimonio mobiliare</p>	<p>1) C.S.A.</p> <p>L'art.4 del D.L. 6 luglio 2012, n. 95 <i>“Riduzione di spese, messa in liquidazione e privatizzazione delle società pubbliche”</i> ha imposto alle pubbliche amministrazioni - nei confronti delle società controllate direttamente o indirettamente che abbiano conseguito nell'anno 2011 un fatturato da prestazione di servizi a favore di pubbliche amministrazioni superiore al 90 per cento dell'intero fatturato - di procedere, alternativamente, allo scioglimento ovvero all'alienazione delle relative partecipazioni, entro il termine del 31.12.2013. Il comma 8 del predetto art.4, D.L. 95/2012, ha previsto poi che, a decorrere dal 1° gennaio 2014, l'affidamento diretto sarebbe potuto avvenire solo a favore di società a capitale interamente pubblico, nel rispetto dei requisiti richiesti dalla normativa e dalla giurisprudenza comunitaria per la gestione in house (come il CSA).</p> <p>La società consortile C.S.A., della quale l'Ente camerale detiene il 57,14% del capitale sociale, essendo in possesso dei requisiti richiesti dalla disciplina dell'in house providing, è affidataria in via diretta dei contratti di servizio da parte dei propri soci, senza ricorso a procedura ed evidenza pubblica, giacché le amministrazioni socie esercitano sulla società un controllo analogo a quello esercitato sui propri uffici e l'affidataria realizza tutta la propria attività per i consorziati.</p> <p>Alla luce della interpretazione sistematica del ridetto art.4, D.L. 95/2012, suffragata da alcune pronunce della Magistratura amministrativa e contabile e dal parere del Prof. Giorgio Meo dell'Universitas Mercatorum, la Giunta camerale, con deliberazione n.84 del 30.9.2013, aveva ritenuto che il C.S.A. fosse in possesso dei requisiti per continuare legittimamente ad operare in regime di in house providing in quanto organismo strumentale ed esclusivo delle Camere di commercio consorziate e quindi rientrante nella fattispecie di cui all'art.4, comma 8, D.L. n.95/2012.</p> <p>Tuttavia, la Corte Costituzionale, con sentenza n.229 del 16.7.2013, nel dichiarare l'illegittimità costituzionale dei commi 1, 2, 3, secondo periodo, 3-sexies ed 8 dell'art. 4 del decreto-legge 6 luglio 2012, n. 95, nella parte in cui si applicano alle Regioni ad autonomia ordinaria, ha interpretato il predetto comma 8 in collegamento con il precedente comma 3, nel senso che il primo può trovare applicazione solo <i>“nelle rare ipotesi nelle quali «per le peculiari caratteristiche economiche e sociali, ambientali e geomorfologiche del contesto, anche territoriale, di riferimento non è possibile un efficace ed utile ricorso al mercato», soggette comunque alla valutazione dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato (comma 3, secondo periodo)”</i>.</p>
---	---

Sulla scia di tale interpretazione si erano espresse anche la Corte dei Conti della Puglia nelle deliberazioni n.141/PAR/2013 e n.142/PAR/2013, nonché l'Autorità Garante per la Concorrenza ed il Mercato (AGCM) che con apposita Comunicazione pubblicata sul bollettino n.36 del 16.9.2013, ha invitato le Amministrazioni titolari di partecipazioni in società strumentali c.d. *in house* a presentare la richiesta di parere vincolante di cui al comma 3 dell'art.4, D.L. n.95/2012, in tempo utile per rispettare i termini di cui al comma 1 (almeno 60 giorni prima del 31.12.2013) corredata dalle informazioni e dai documenti rilevanti.

A soluzione opposta si attestavano, invece, la Sezione di controllo della Corte dei Conti dell'Abruzzo (deliberazione n.366 del 5.9.2013) e la Sezione regionale di controllo della Liguria (deliberazione n.53 del 17.6.2013), secondo cui per le società strumentali *in house* trovava applicazione diretta il predetto comma 8 dell'articolo 4 del d.l. 95/2012.

Stante il persistente contrasto di giudicati, l'organo di controllo del CSA, in data 16.10.2013, suggeriva all'Ente camerale di Taranto, possessore del pacchetto di maggioranza della società, a richiedere il previsto parere vincolante all'AGCM, che veniva predisposto ed inoltrato dal Segretario generale, dr. Francesco De Giorgio, con nota n.52048 del 30.10.2013, giusto mandato ricevuto dalla Giunta camerale con delibera n.88 del 17.10.2013.

Tuttavia, con l'entrata in vigore della Legge di Stabilità 2014 (L. 27.12.2013, n.147), è intervenuta l'abrogazione, ad opera dell'art.1, comma 562, proprio dei commi 1, 2, 3, 3-sexies, 9, 10 e 11 dell'art. 4 del D.L. 95/2012 (convertito, con modificazioni, dalla legge 7 agosto 2012, n. 135), che avevano posto tutte le predette condizioni e limitazioni all'attività delle società *in house*, facendo venir meno anche la necessità della richiesta di parere all'Autorità Garante.

Infatti, con nota n.11121 del 14.1.2014 a firma del Segretario generale dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, è stato comunicato che l'Autorità, a seguito dell'esame della richiesta di parere inoltrata dall'Ente camerale, avvenuta in data 9.1.2014, ha deliberato il non luogo a provvedere, stante l'intervenuta abrogazione dell'art.4, commi 1, 2 e 3 del D.L. 95/2012.

L'attività del Consorzio Servizi Avanzati - C.S.A. potrà continuare a svolgersi regolarmente a vantaggio e beneficio delle Amministrazioni socie.

2) **PROMEM Sud Est S.p.a.** L'Ente ha proceduto al recesso.

3) **Società del Sistema camerale** È stato attuato a livello di sistema un piano di concentrazione nell'ambito delle società camerali, in particolare con la fusione di Dintec, Camcom, Mondimpresa e rami d'azienda di Retecamere, nel nuovo soggetto SiCamera.

AREA STRATEGICA	
9. Consolidamento giuridico Cittadella delle Imprese	
OBIETTIVO STRATEGICO	
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"	
OBIETTIVO OPERATIVO	
9.1.1.Trattativa con i soggetti interessati (Agenzia del Demanio, Marina Militare, Comune di Taranto). Risoluzione problematiche amministrative, giuridiche e finanziarie	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
1.Predisposizione studi di prefattibilità, elaborati tecnico-progettuali, contratti ed altri atti e provvedimenti amministrativi collegati. Verifica compatibilità risorse finanziarie	SI E' stato predisposto il necessario studio di prefattibilità . Si stanno attentamente monitorando le opportunità derivanti dalla revisione delle politiche riguardanti le aree demaniali.

AREA STRATEGICA	
10. Incrementare qualitativamente e quantitativamente il capitale umano	
OBIETTIVO STRATEGICO	
10.1.Incremento pianta organica, nuove assunzioni e attivazione corsi di formazione permanente	
OBIETTIVO OPERATIVO	
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	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
1.Procedimenti finalizzati alla deliberazione da parte dell'Organo competente (Consiglio camerale) dell'incremento della pianta organica, del piano triennale del fabbisogno, della individuazione di assunzioni di personale dall'esterno e per progressione verticale	<p>La risoluzione della problematica occupazionale trova, purtroppo, un decisivo ostacolo nei limiti posti dalla legislazione vigente in relazione al reperimento delle risorse umane.</p> <p>La normativa in materia di vincoli assunzionali a carico delle Camere di commercio è stata di recente oggetto di modifica a seguito dell'emanazione del D.L. n.95/2012 convertito in L. n.135/2012 che ha abrogato la precedente specifica disciplina definita dal combinato disposto dell'art. 3, commi 116 ss, L. n. 244/2007 e dell'art. 2, comma 22, L. n.191/2009 ampliando i vincoli assunzionali già esistenti.</p> <p>Mentre in passato il Decreto delle Attività Produttive dell'8/2/2006 richiamato dalla L.n.191/2009 graduava i vincoli alle assunzioni in relazione alla qualità gestionale delle varie Camere di commercio (costo del personale, entrate correnti, numero di dipendenti a tempo indeterminato e numero di imprese attive iscritte alla Camera di commercio) oggi tutte le Camere di commercio possono assumere - indipendentemente dalla propria dimensione e dalla qualità e efficienza del proprio operato - nel limite di un'unica percentuale a prescindere da qualunque valutazione della loro 'virtuosità'.</p>

<p>2. Avvio procedure concorsuali per le assunzioni di personale dall'esterno (mobilità ed eventuale concorso pubblico). Avvio procedure per le assunzioni riservate al personale interno (selezione per progressione verticale)</p>	<p>L'art.14, comma 5, del citato Decreto Legge 95/2012 stabilisce, infatti, che a decorrere dal 7 luglio 2012 le Camere di commercio possono procedere, previo effettivo svolgimento delle procedure di mobilità, ad assunzioni di personale a tempo indeterminato nel limite del 20% della spesa corrispondente alle cessazioni dell'anno precedente sino all'anno 2014, nel limite del 50% della spesa corrispondente alle cessazioni dell'anno precedente sino all'anno 2015, nel limite del 100% della spesa corrispondente alle cessazioni dell'anno precedente dall'anno 2016 (cosiddetto 'blocco delle assunzioni').</p> <p>Inoltre anche la possibilità di ricorrere all'utilizzo di rapporti di lavoro a tempo determinato, quando si verificano ragioni di carattere organizzativo o sostitutivo, è stata notevolmente ridotta già dall'anno 2012, con le modifiche introdotte all'art.9, comma 28, del d.l. 78/2010 convertito in L.122/2010, dall'art.4, comma 102, L. 183/2011, che consente alle Camere di commercio di avvalersi della suddetta forma contrattuale solo nel limite del 50% della spesa sostenuta per la medesima finalità nell'anno 2009 che ammonta ad un valore poco significativo.</p> <p>I vincoli e limiti in materia di organizzazione e personale imposti alle Camere di commercio dalle manovre di finanza pubblica sono stati, inoltre, estesi anche alle Aziende Speciali delle Camere di commercio.</p> <p>Dapprima l'art.4, commi 102 e 103, della L. n.183/2011 ha disposto l'assoggettamento delle Aziende ai medesimi vincoli per le assunzioni a tempo determinato e indeterminato operanti per gli Enti camerali poi il D.L. n.95/2012 ha sottoposto l'intera galassia delle società partecipate a rigorose limitazioni creando crescenti incertezze sullo stato e le prospettive dei diversi organismi strumentali del sistema camerale.</p>
<p>3.Attivazione corsi di formazione per il personale</p>	<p>Alla luce della normativa vigente potrà essere esclusivamente utilizzato l'istituto della mobilità volontaria ex art.30 del D. lgs 165/2001, in quanto strumento principale volto ad assicurare il consolidamento delle misure di razionalizzazione ed il contenimento delle spese in materia di pubblico impiego tenuto, altresì, conto delle ormai costanti indicazioni del Dipartimento della Funzione Pubblica secondo le quali un ingresso per mobilità non è assimilabile ad una nuova assunzione se intercorrente tra amministrazioni pubbliche entrambe soggette a vincoli assunzionali diretti e specifici, esulando pertanto dai limiti di spesa individuati dal richiamato D.L. n.95/2012 (articolo 1, comma 47, Legge 311/2004).</p> <p>È stata svolta regolarmente l'attività di formazione del personale dipendente.</p>

AREA STRATEGICA	
11. Revisionare la struttura organizzativa.	
OBIETTIVO STRATEGICO	
11.1. Ridefinizione delle Aree Organizzative	
OBIETTIVO OPERATIVO	
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.)	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
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	Tale azione è risultata inopportuna in previsione della prospettata riforma del sistema camerale che potrà includere, far l'altro la gestione di servizi comuni a più Enti camerali, oggi svolti dalle singole aree funzionali.

AREA STRATEGICA	
12. Mantenere o lievemente incrementare la riscossione del diritto annuale	
OBIETTIVO STRATEGICO	
12.1.Incremento dell'incasso complessivo rinveniente dal diritto annuale	
OBIETTIVO OPERATIVO	
12.1.1.Incremento delle percentuali di incasso nel quadriennio di riferimento (2012-2015) rispetto agli anni precedenti (2008-2009-2010-2011)	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
1.Migliorare gli incassi spontanei	SI A fronte di una sostanziale tenuta degli incassi spontanei nonostante la perdurante crisi economica, si sono stabilizzati gli incassi da riscossione coattiva. Tanto indipendentemente dall'Ente camerale, obbligato alla attuazione delle prescrizioni ministeriali - anche finalizzate ad alleggerire l'onere sanzionatorio gravante sulle imprese - con riferimento alla definizione dei criteri di determinazione della sanzioni amministrative tributarie applicabili nei casi di violazioni relative al diritto annuale dovuto alla Camera.
2.Incrementare gli incassi della riscossione coattiva	A seguito della nota circolare del Ministero dello Sviluppo Economico prot. n. 172574 del 22/10/2013 relativa all'applicabilità al diritto annuale della circolare dell'Agenzia delle Entrate n. 27/E del 2/08/2013 la Camera di commercio di Taranto ha adottato le necessarie modifiche al proprio regolamento sanzionatorio con delibera del Consiglio camerale n. 19 del 18.12.2013.

AREA STRATEGICA	
13. Riduzione delle spese di funzionamento	
OBIETTIVO STRATEGICO	
13.1 Attuazione di un contenimento degli oneri relativi alla prestazione di servizi possibilmente lasciando inalterati gli attuali standard operativi	
OBIETTIVO OPERATIVO	
13.1.1 Revisione dei contratti in essere relativi alla fornitura di servizi	
AZIONI	Risultato conseguito (e motivazioni del mancato conseguimento/scostamento)
1. Riduzione delle spese per prestazione di servizi	Decreto legge 95/2012 ha imposto che le spese, per un ammontare complessivo pari ad €.260.814,88, non siano utilizzabili per altre finalità promozionali ma invece versate all'Erario .

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.

	anno 2012	anno 2013
<u>Margine di struttura finanziaria</u>	279%	281%

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.

Il valore determinato rappresenta un trend positivo in crescita.

	anno 2012	anno 2013
<u>Indice di liquidità (quick ratio)</u>	2,56	2,49

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. Il valore riscontrato, anche se in lieve calo, si mantiene su livelli rassicuranti.

	anno 2012	anno 2013
<u>Margine di struttura primario</u>	129,2%	132,7%

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%. Anche in questo caso il valore rilevato si attesta su un livello apprezzabilmente positivo ed in crescita.

	anno 2012	anno 2013
<u>Margine di struttura secondario</u>	129,2%	132,7%

Misura la capacità dell'Ente di autofinanziarsi con il patrimonio netto ed i debiti di funzionamento. Dovrebbe presentare un valore superiore al 100%. Anche in questo caso il valore rilevato si attesta su un livello apprezzabilmente positivo ed in crescita.

	anno 2012	anno 2013
<u>Equilibrio economico della gestione corrente</u>	102,72%	99,21%

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.

	anno 2012	anno 2013
<u>Incidenza dei costi strutturali</u>	84,92%	81,15%

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. Il valore calcolato evidenzia fra gli anni considerati una tendenza positiva verso una minore incidenza dei costi strutturali.

	anno 2012	anno 2013
<u>Economicità dei servizi Amministrativi-Anagrafici</u>	77,76%	81,10%

Misura il rapporto tra i proventi generati attraverso i servizi amministrativi-anagrafici (diritti di segreteria) e gli oneri della stessa area. Il valore calcolato evidenzia una crescita positiva verso valori di autosostentamento degli stessi servizi.

	anno 2012	anno 2013
<u>Incidenza oneri del Personale</u>	17,42%	14,75%

Misura l'incidenza degli oneri del personale sul totale degli oneri correnti. Il valore è notevolmente al di sotto di quello medio per le P.A. (40%).

	anno 2012	anno 2013
<u>Incidenza Interventi Economici</u>	17,33%	18,21%

Misura l'incidenza degli interventi economici sul totale degli oneri correnti. Nell'anno 2013 si evidenzia un incremento delle risorse utilizzate per il sostegno di interventi economici nonostante le criticità evidenziate.

	anno 2012	anno 2013
<u>Grado di restituzione delle risorse al territorio in interventi di promozione</u>	37,13%	38,46%

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

	anno 2012	anno 2013
<u>Tasso di variazione crediti da diritto annuale</u>	-27,53%	23,55%

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.

Nel corso dell'annualità 2013, tra l'altro, sono stati realizzati due eventi seminariali sui temi: "Recuperabilità e deducibilità dei crediti: obblighi, opportunità e convenienza" (18 ottobre 2013); "Finanziare l'impresa. Credito bancario: strumenti di mitigazione del rischio del credito" (25 novembre 2013).

Presso la Camera di commercio di Taranto è istituito ed ha la propria sede il Comitato per l'Imprenditorialità sociale che, in conformità alle linee programmatiche dell'Ente camerale, 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, diffondere la cultura della Responsabilità sociale d'impresa. Il Comitato, 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. Importante risulta il contributo di tale organismo nella promozione delle opportunità del settore no-profit.

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;

Programma triennale per la trasparenza e l'integrità 2013-2015 approvato con delibera di Giunta camerale n.22 del 4.4.2013;

nomina Organismo di Valutazione della Performance con delibera di Giunta camerale del 19.11.2013.

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