

Camera di commercio di Taranto

Relazione sulla performance 2016

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, RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA E TERZO SETTORE

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 2016. 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 territorio provinciale di riferimento. 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 2016, 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 **2016**.

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

2.1 Il contesto esterno di riferimento

Principali tavole di dati

RICCHEZZA PRODOTTA

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat e Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne

Valore aggiunto ai prezzi base e correnti procapite per provincia.

Anni 2000-2016. Valori procapite in euro

Province e regioni	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Foggia	11.993,83	12.190,07	12.889,76	12.931,97	13.718,69	14.170,55	14.538,28	14.857,09	14.702,12
Bari	15.200,68	16.123,17	16.243,77	16.453,34	16.644,21	16.740,41	17.554,87	18.223,72	18.431,51
Taranto	12.404,76	12.588,05	12.925,40	13.786,16	14.504,98	14.964,23	15.118,25	15.466,32	15.720,29
Brindisi	12.478,13	12.793,13	13.395,04	14.082,02	14.242,15	14.462,87	15.499,31	15.596,79	14.731,36
Lecce	10.924,36	12.019,42	12.537,29	13.103,36	13.453,91	13.845,05	14.176,07	14.361,18	13.845,77
Barletta-Andria-Trani	11.647,77	12.176,16	12.248,27	12.383,59	12.608,14	12.651,75	13.136,26	13.617,42	13.839,65
PUGLIA	12.827,95	13.463,76	13.832,35	14.221,15	14.616,97	14.888,95	15.433,87	15.831,80	15.742,07

Province e regioni	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016 (*)
Foggia	14.668,71	14.542,06	14.612,93	15.046,39	15.182,63	14.968,63	15.391,52	15.733,13
Bari	17.834,54	18.035,30	18.232,45	18.437,86	17.976,22	17.815,68	18.187,10	18.467,99
Taranto	15.064,30	15.357,73	15.926,11	15.962,97	14.821,01	15.046,95	15.149,40	15.471,34
Brindisi	14.490,27	15.386,11	16.081,77	15.613,65	15.295,51	15.516,56	15.889,20	16.119,18
Lecce	13.786,49	13.790,76	13.892,47	13.929,34	13.677,27	13.801,22	14.202,73	14.414,32
Barletta-Andria-Trani	13.238,90	13.233,38	13.316,82	13.309,94	13.083,97	13.192,54	13.299,74	13.501,95
PUGLIA	15.366,58	15.541,27	15.793,37	15.889,15	15.502,25	15.512,20	15.835,24	16.105,29

*La popolazione di riferimento per l'anno 2016 è quella al 30 giugno 2016

Posizioni nella graduatoria decrescente in base al valore aggiunto procapite nelle province e nelle regioni.

Anni 2000-2016

Province	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Foggia	97	102	99	104	103	102	101	103	101	98	100	98	94	92	94	91	90
Bari	73	72	76	78	79	80	79	77	77	78	76	78	78	76	76	76	76
Taranto	94	98	98	94	89	91	95	96	95	95	92	90	89	97	93	95	94
Brindisi	92	95	93	91	94	97	91	95	99	101	91	88	93	91	90	89	89
Lecce	106	105	103	102	105	104	103	106	106	105	106	104	103	103	99	97	99
BAT	100	103	105	107	108	107	109	109	107	108	109	108	108	108	108	108	109

DEMOGRAFIA IMPRENDITORIALE

Fonte: Infocamere

Imprese registrate per status al 31/12/2016. Tassi di crescita 2015-2016		
	Valori assoluti	Tasso di crescita annuale composto
		2016/2015
Imprese attive	41.341	0,4
Imprese inattive	4.027	5,2
Imprese sospese	3	-50,0
Imprese con procedure concorsuali	1.151	-5,0
Imprese in scioglimento/liquidazione	1.956	6,5
TOTALE REGISTRATE	48.478	0,9
Unità locali	7.708	2,2
TOTALE LOCALIZZAZIONI	56.186	1,1

Imprese registrate per forma giuridica al 31/12/2016 e tassi di crescita 2011-2016			
	Valori assoluti	Tasso di crescita annuale composto	
		2016/2015	2016/2011
SOCIETA' DI CAPITALE	11.638	5,4	4,8
SOCIETA' DI PERSONE	4.540	-1,2	-1,3
IMPRESE INDIVIDUALI	30.296	-0,4	-1,1
COOPERATIVE	1.492	0,5	-0,6
CONSORZI	208	-0,5	-0,8
ALTRE FORME	304	5,2	3,9
TOTALI	48.478	0,9	0,2

Imprese registrate per settore economico al 31/12/2016 e tasso di crescita anni 2015-2016		
	Valori assoluti	Tasso di crescita annuale composto
		2016/2015
Agricoltura e attività connesse	10.722	-0,5
Attività manifatturiere, energia, minerarie	3.611	0,7
Costruzioni	5.042	-0,1
Commercio	13.791	0,4
Turismo	3.113	3,5
Trasporti e Spedizioni	1.034	0,0
Assicurazioni e Credito	860	4,9
Servizi alle imprese	3.607	2,3
Altri settori	2.919	2,9
Totale Imprese Classificate	44.699	0,7
Totale Imprese Registrate	48.478	0,9

Tasso di sopravvivenza delle imprese iscritte negli anni 2013, 2014 e 2015 a uno, due e tre anni per forma giuridica

	Iscritte nel 2013			Iscritte nel 2014		Iscritte nel 2015
	2014	2015	2016	2015	2016	2016
Società di capitali	66,6	66,9	64,9	69,6	70,6	70,3
Società di persone	61,7	63,4	64,0	62,6	67,0	71,2
Imprese individuali	78,2	70,7	65,1	78,3	70,2	78,9
Altre forme	68,0	68,9	67,2	72,8	69,3	77,5
Totale	74,0	69,3	65,1	74,7	70,1	76,1

Tasso di sopravvivenza delle imprese iscritte negli anni 2013, 2014 e 2015 a uno, due e tre anni per settore economico

	Iscritte nel 2013			Iscritte nel 2014		Iscritte nel 2015
	2014	2015	2016	2015	2016	2016
Agricoltura e attività connesse	95,1	90,8	88,1	94,3	90,4	95,0
Attività manifatturiere, energia, minerarie	91,4	82,1	77,8	95,2	87,8	93,7
Costruzioni	87,1	75,5	68,7	83,8	76,3	88,1
Commercio	84,6	74,3	67,5	85,5	74,9	87,8
Turismo	81,4	73,1	65,2	85,6	74,3	89,9
Trasporti e Spedizioni	95,5	86,4	84,1	91,5	87,2	87,7
Assicurazioni e Credito	90,4	82,2	76,7	85,7	71,4	80,4
Servizi alle imprese	88,4	76,3	70,1	91,0	82,5	86,7
Altri settori	92,5	85,0	77,5	93,1	89,0	94,9
Totale Imprese Classificate	87,7	78,4	72,3	88,2	79,5	89,6

Imprese e loro unità locali registrate al 31/12/2016. Tassi di crescita 2015-2016

	Società di capitale	Società di persone	Totale	Var % 2016/2015
Totale imprese registrate	11.638	4.540	48.478	0,9
Totale unità' locali delle imprese del territorio	3.709	956	6.963	2,7
Unità' locali nella stessa provincia	2.646	838	5.491	2,5
Unità' locali nella regione	511	71	751	5,3
Unità' locali nell'area	183	20	246	-2,0
Unità' locali in Italia	357	26	462	3,4
Unità' locali all'estero	12	1	13	0,0

MERCATO DEL LAVORO

Fonte: Istat

Tassi caratteristici del Mercato del lavoro	2014	2015	2016
Tasso di occupazione (15 anni e +)	31.4	32.0	33.6
Tasso di disoccupazione (15 anni e +)	18.5	18.8	16.5
(15-24 anni)	54.2	60.6	56.2
Tasso di attività (15 anni e +)	38.6	39.5	40.2
Tasso di inattività (15 anni e +)	61.4	60.5	59.8

COMMERCIO INTERNAZIONALE

Fonte: Istat

Provincia di Taranto. Import Export per Anno e Merce (Ateco 2007) secondo la class. merceologica: Classificazione per attività economica (Ateco 2007)

Periodo riferimento: IV trimestre 2016 - Valori in Euro, dati cumulati

MERCE	2015		2016 provvisorio	
	import	export	import	export
A-PRODOTTI DELL'AGRICOLTURA, DELLA SILVICOLTURA E DELLA PESCA	13.247.435	50.900.963	11.272.581	52.578.743
B-PRODOTTI DELL'ESTRAZIONE DI MINERALI DA CAVE E MINIERE	1.116.119.455	42.550	1.153.871.295	7.359.546
C-PRODOTTI DELLE ATTIVITÀ MANIFATTURIERE	985.093.796	1.354.714.797	848.704.244	1.177.746.419
E-PRODOTTI DELLE ATTIVITÀ DI TRATTAMENTO DEI RIFIUTI E RISANAMENTO	194.286	4.741.552	136.638	11.851.372
J-PRODOTTI DELLE ATTIVITÀ DEI SERVIZI DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE	395.450	212.206	427.484	250.082
R-PRODOTTI DELLE ATTIVITÀ ARTISTICHE, SPORTIVE, DI INTRATTENIMENTO E DIVERTIMENTO	50.585	26.565	30.832	30.043
V-MERCI DICHIARATE COME PROVVISI DI BORDO, MERCI NAZIONALI DI RITORNO E RESPINTE, MERCI VARIE	933.098	23.973.612	68.285	16.650.285
TOTALE	2.116.034.105	1.434.612.245	2.014.511.359	1.266.466.490

CREDITO

Fonte: Banca d'Italia, L'economia della Puglia, 2017

Tavola a4.3

Prestiti e depositi delle banche per provincia (consistenze di fine periodo in milioni di euro)			
PROVINCE	2014	2015	2016
Prestiti			
Bari	22.706	23.798	22.824
Barletta Andria Trani	4.574	4.768	4.848
Brindisi	3.948	4.101	4.118
Foggia	8.376	8.323	8.158
Lecce	8.361	8.648	8.644
Taranto	6.522	6.773	6.808
Depositi (1)			
Bari	19.258	19.952	20.574
Barletta Andria Trani	4.195	4.353	4.579
Brindisi	4.329	4.535	4.653
Foggia	8.278	8.427	8.751
Lecce	9.862	10.362	10.711
Taranto	7.015	7.160	7.380

Fonte: segnalazioni di vigilanza. Cfr. nelle Note metodologiche la voce: Prestiti bancari.
(1) I dati si riferiscono solamente alle famiglie consumatrici e alle imprese.

2.2 L'amministrazione

Le risorse umane.

L'intera struttura amministrativa è stata coordinata, nella prima parte del 2016, 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 state svolte dal vice segretario generale vicario dr.ssa Claudia Sanesi.

Nel corso dell'anno 2016, il dr. Francesco De Giorgio ha cessato l'incarico di Segretario generale a seguito dell'accettazione di analogo incarico presso la Camera di commercio di Lecce. La Giunta camerale, in conseguenza della predetta cessazione, ha attribuito alla dr.ssa Claudia Sanesi, già vice Segretario generale vicario, l'incarico di Segretario generale facente funzioni della Camera di commercio di Taranto con decorrenza 23.6.2016.

L'assetto, per il periodo fino alla cessazione dall'incarico del dr. De Giorgio, delle Aree organizzative della Camera di commercio di Taranto è stata 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

Con decorrenza 23.6.2016, l'intera struttura amministrativa è stata coordinata dal Segretario generale facente funzioni dr.ssa Claudia Sanesi, nominata con delibera di Giunta n.31 del 18.5.2016, allo stato unico dirigente in servizio presso l'Ente camerale.

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 31.12.2016:

Categ.	Profili professionali	Dotaz. per profilo	Posti occupati
Dirig. 3	- Segretario generale f.f.	3	1
D 18	- Funzionario ai servizi amministrativo-contabile, giuridico e di regolazione del mercato	1	-
	- Collaboratore amministrativo-contabile, giuridico e di regolazione del mercato	16	5
	- Collaboratore ai servizi informatici e di rete	1	-
C 21	- Assistente amministrativo e contabile	20	9
	- 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	3
TOTALI		52	22

Il personale in servizio a tempo indeterminato al 31.12.2016 risulta pari a 22 unità di personale a vari livelli – di cui 2 unità di categoria D a tempo parziale con percentuali variabili e n.1 unità di personale dirigenziale facente funzioni di Segretario generale. Non è in servizio alcun dipendente con contratto a tempo determinato.

Le risorse economiche

VOCIDIONERE / PROVENTO	Consuntivo anno 2015	Preventivo iniziale anno 2016	Consuntivo anno 2016
GESTIONE CORRENTE			
<u>A) Proventi Correnti</u>			
DIRITTO ANNUALE	5.212.116,44	4.577.500,00	4.858.537,55
DIRITTI DI SEGRETERIA	1.581.968,92	1.487.500,00	1.629.786,09
CONTRIBUTI TRASFERIMENTI ED ALTRE ENTRATE	171.180,42	84.000,00	24.162,72
PROVENTI GESTIONE SERVIZI	520.596,31	443.500,00	708.247,29
VARIAZIONE DELLE RIMANENZE	16.845,17	0,00	4.895,70
PROVENTI CORRENTI	7.502.707,26	6.592.500,00	7.225.629,35
<u>B) Oneri Correnti</u>			
PERSONALE	1.288.836,96	1.316.472,32	1.189.697,93
FUNZIONAMENTO	3.546.982,27	3.416.382,01	3.316.860,65
INTERVENTI ECONOMICI	1.157.039,21	787.275,00	792.255,00
AMMORTAMENTI ED ACCANTONAMENTI	2.317.662,43	1.809.300,00	2.475.575,42
FONDI RISCHI ED ONERI	4.170,13	0,00	250.149,34
ONERI CORRENTI	8.310.520,87	7.329.429,33	7.774.389,00
RISULTATO GESTIONE CORRENTE	-807.813,61	-736.929,33	-548.759,65
GESTIONE FINANZIARIA	127.964,38	119.600,00	107.160,80
PROVENTI STRAORDINARI	1.169.792,26	0,00	745.908,70
ONERI STRAORDINARI	488.939,06	0,00	305.989,46
GESTIONE STRAORDINARIA	680.853,20	0,00	439.919,24
RETTIFICHE DI VALORE ATT.FINANZIARIA	1.155,43	0,00	142.908,44
CONTO ECONOMICO	2.159,40	-617.329,33	141.228,83

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.

Tecno Service Camere S.c.p.a.

Tecnoborsa s.c.p.a.

Interfidi Consorzio di garanzia collettiva fidi

Distripark Taranto S.c.a r.l. in liquidazione

Agromed S.c.a r.l.

Ecocerved S.c.a r.l.

Isnart S.c.a r.l.

Si.Camera S.r.l.

IC Outsourcing S.c.a r.l.

Job Camere S.r.l.

Consorzio ASI

G.A.L. Magna Grecia

G.A.L. Valle d'Itria

G.A.L. Luoghi del Mito

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 sommano 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	13	93%
Obiettivi operativi parzialmente raggiunti	1	7%
Obiettivi operativi non raggiunti	0	0%
Obiettivi operativi pianificati	14	100%

Andamento (%) delle risorse disponibili e delle spese sostenute

PROVENTI		
A preventivo	A consuntivo	Risorse disponibili rispetto a quelle preventivate fatte pari a 100 (%)
€ 6.592.500	€ 7.225.629	109,6%
ONERI		
Spese promozionali		
A preventivo	A consuntivo	Spese sostenute rispetto a quelle preventivate fatte pari a 100 (%)
€ 787.275	€ 792.255	100,6%
Spese per il personale		
A preventivo	A consuntivo	Spese sostenute rispetto a quelle preventivate fatte pari a 100 (%)
€ 1.316.472	€ 1.189.698	90,4%
Spese di funzionamento		
A preventivo	A consuntivo	Spese sostenute rispetto a quelle preventivate fatte pari a 100 (%)
€ 3.416.382	€ 3.316.861	97,1%

2.4 Le criticità e le opportunità

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

Riguardo alle criticità, va ribadito il taglio delle entrate imposto dall'art.28, comma 1, del D.L. 24.6.2014, n.90, convertito con modificazioni in Legge 11.8.2014, n.114, il quale ha disposto una riduzione del diritto annuale dovuto alle Camere, per l'anno 2015, del 35 per cento, per l'anno 2016, del 40 per cento e, a decorrere dall'anno 2017, del 50 per cento. Tale riduzione ha comportato un inevitabile riflesso negativo sulle attività dell'Ente ed in particolar modo sulle iniziative promozionali, che rappresentano le finalità essenziali delle Camere di commercio che si concretizzano nell'insieme di tutte quelle funzioni a sostegno dell'apparato economico provinciale.

La decisa riduzione delle entrate disposta dal legislatore impone, inoltre, una valutazione delle capacità dell'Ente di poter salvaguardare il proprio equilibrio economico patrimoniale, da intendersi come capacità di mantenere un livello di patrimonio netto in grado di fronteggiare, su base pluriennale, le obbligazioni assunte in esito a disavanzi economici di esercizio prevedibili nel breve termine senza ledere il perseguimento degli scopi istituzionali.

Parallelamente, il 24 novembre 2016 è stato approvato in via definitiva il decreto legislativo recante attuazione della delega di cui all'articolo 10 della legge 7 agosto 2015, n.124, per il riordino delle funzioni e del finanziamento delle Camere di commercio.

Il decreto è ispirato ai seguenti principi e criteri direttivi:

- a) determinazione del diritto annuale a carico delle imprese tenuto conto delle disposizioni di cui all'articolo 28 del decreto-legge 24 giugno 2014, n. 90, convertito, con modificazioni, dalla legge 11 agosto 2014, n. 114;
- b) ridefinizione delle circoscrizioni territoriali, con riduzione del numero dalle attuali 105 a non più di 60 mediante accorpamento di due o più camere di commercio;
- c) ridefinizione dei compiti e delle funzioni, con particolare riguardo a quelle di pubblicità legale generale e di settore, di semplificazione amministrativa, di tutela del mercato, limitando e individuando gli ambiti di attività nei quali svolgere la funzione di promozione del territorio e dell'economia locale, nonché attribuendo al sistema camerale specifiche competenze, anche delegate dallo Stato e dalle regioni, eliminando le duplicazioni con altre amministrazioni pubbliche, limitando le partecipazioni societarie a quelle necessarie per lo svolgimento delle funzioni

istituzionali nonché per lo svolgimento di attività in regime di concorrenza, a tal fine esplicitando criteri specifici e vincolanti, eliminando progressivamente le partecipazioni societarie non essenziali e gestibili secondo criteri di efficienza da soggetti privati;

- d) riordino delle competenze relative alla tenuta e valorizzazione del registro delle imprese presso le camere di commercio, con particolare riguardo alle funzioni di promozione della trasparenza del mercato e di pubblicità legale delle imprese, garantendo la continuità operativa del sistema informativo nazionale e l'unitarietà di indirizzo applicativo e interpretativo attraverso il ruolo di coordinamento del Ministero dello sviluppo economico;
- e) riduzione del numero dei componenti dei consigli e delle giunte e riordino della relativa disciplina, compresa quella sui criteri di elezione, in modo da assicurare un'adeguata consultazione delle imprese, e sul limite ai mandati, nonché delle unioni regionali, delle aziende speciali e delle società controllate; individuazione di criteri che garantiscano, in caso di accorpamento, la rappresentanza equilibrata negli organi camerali delle basi associative delle camere di commercio accorpate, favorendo il mantenimento dei servizi sul territorio; riordino della disciplina dei compensi dei relativi organi, prevedendo la gratuità degli incarichi diversi da quelli nei collegi dei revisori dei conti; definizione di limiti al trattamento economico dei vertici amministrativi delle camere di commercio e delle aziende speciali.

Più nel dettaglio, il numero complessivo delle Camere si ridurrà dalle attuali 96 a non più di 60, tramite accorpamento delle Camere di commercio con meno di 75.000 imprese iscritte, tra le quali ricade la camera di Taranto, e mantenendo almeno una Camera di commercio per Regione.

Viene altresì rafforzata la vigilanza del Ministero dello sviluppo economico, che attraverso un comitato indipendente di esperti valuterà le performance delle Camere di commercio.

Nell'ambito di questo piano complessivo di razionalizzazione organizzativa ricade anche la rideterminazione delle dotazioni organiche di personale dipendente delle Camere di commercio con possibilità di realizzare processi di mobilità tra le medesime Camere e definizione dei criteri di ricollocazione presso altre amministrazioni pubbliche.

E' evidente come l'attuazione della riforma porti ad un deciso mutamento degli assetti del sistema camerale, con un impatto tale da determinare un clima di profonda incertezza che ha degli inevitabili riflessi sull'attività di programmazione a medio-lungo termine, decisamente condizionata da fattori di difficile se non impossibile prevedibilità, che limita inevitabilmente l'individuazione degli obiettivi e delle scelte strategiche degli organi di governo dell'Ente.

La prima problematica che l'Ente camerale di Taranto si trova ad affrontare è la realizzazione dell'accorpamento con altra Camera, evento che comporterà, necessariamente, una rielaborazione degli

obiettivi definiti in sede di programmazione, alla luce dell'assetto economico-finanziario che andrà ad assumere la nuova Camera rinveniente dal processo di accorpamento.

Nell'ambito delle criticità va senz'altro evidenziata la circostanza che nel corso dell'anno 2016, il dr. Francesco De Giorgio ha cessato l'incarico di Segretario generale a seguito dell'accettazione di analogo incarico presso la Camera di commercio di Lecce. Dal giugno 2016, l'intera struttura amministrativa è stata coordinata dal Segretario generale facente funzioni dr.ssa Claudia Sanesi, allo stato unico dirigente in servizio presso l'Ente camerale, che, pertanto, ha sostenuto un notevole aggravio del carico di lavoro assumendo anche compiti e funzioni precedentemente assegnati al dr. De Giorgio.

L'attuazione degli obiettivi programmatici è andata, anche quest'anno, 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 negli anni successivi (da 36 dipendenti nel 2011 a 22 dipendenti a fine 2016). La risoluzione della problematica occupazionale trova, purtroppo, un decisivo ostacolo nei limiti posti dalla legislazione vigente in relazione al reperimento delle risorse umane.

Va, inoltre, sottolineato che, oltre che nell'espletamento delle attività consuete, il personale camerale, durante l'anno 2016, è stato impegnato nel conseguimento di obiettivi di performance organizzativa anche con riferimento ad ulteriori competenze affidate dal legislatore nello stesso anno 2016, in particolare per i seguenti Servizi:

Settore Anagrafico Certificativo:

Start-up innovative – iscrizione al Registro delle Imprese: decreto MISE 17 febbraio 2016 adottato ai sensi dell'art.4, comma 10-bis del decreto-legge 24 gennaio 2015, n.3; circolare MISE n.3691/C del 1° luglio 2016, decreto MISE 28 ottobre 2016;

Bilanci di esercizio – nuova tassonomia XBRL.: art. 5, comma 6, del D.P.C.M. 10 dicembre 2008, Comunicato del Ministero dello Sviluppo Economico (pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 302 del 30 dicembre 2015).

Ufficio delle entrate:

Notificazione delle cartelle esattoriali da parte degli Agenti della Riscossione attraverso deposito presso il sito attidepositati.camcom.it della Camera di commercio di riferimento. D.lgs. n. 159 del 24.09.2015 (a partire dal 1 giugno 2016). Nonostante agli uffici delle camere di commercio non sia consentito in alcun modo effettuare e provvedere presso i propri sportelli all'estrazione e alla visualizzazione degli atti depositati, gli uffici camerali sono stati impegnati a gestire un numero rilevante di utenti che si sono rivolti agli stessi per richiedere informazioni circa la modalità di accesso alle cartelle depositate.

Ufficio Provveditorato/Ufficio Legale:

Nuovo Codice dei contratti: D.lgs. 18 aprile 2016, n. 50 (Gazzetta Ufficiale n.91 del 19.04.2016);

Revisione e semplificazione delle disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza: D.lgs. 25 maggio 2016, n. 97 (pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 132 del 08.06.2016).

Servizio Agricoltura Statistiche Agricole:

Adempimenti di cui al DM Mipaaf 16059 del 2013. Nuovo Registro Telematico SIAN per l' Olio di Oliva: a partire dalla trascorsa campagna olearia il registro telematico con le nuove modalità di registrazione delle operazioni è obbligatorio per tutti gli utenti della filiera olearia. Diversi obblighi e attività sono posti a carico delle strutture di controllo.

Adempimenti di cui alla nota Mipaaf prot. 10862 del 30/05/2016 ed alle “criticità concorrenziali” evidenziate dall’Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM). Sono state poste in essere le attività volte alla risoluzione delle criticità rilevate ed in particolare a quella relativa alla commistione, nel bilancio camerale, tra i servizi di controllo delle CCIAA e la rimanente attività istituzionale, in relazione alla quale è stata attuata una gestione separata della contabilità delle strutture di controllo dei vini rispetto alle altre attività istituzionali.

Va segnalato, inoltre, che si tratta di nuovi e qualificati servizi che la CCIAA di Taranto ha svolto e garantito con efficienza nell'anno 2016. Si comprende come i nuovi compiti disciplinati e attribuiti dalle norme, affinché rappresentassero nel tempo un elemento di maggiore efficienza dell'offerta dei servizi sono stati legati ad interventi connessi non solo ad un maggior impegno da parte del singolo dipendente, ma anche da una attenta e pronta organizzazione del lavoro. Il livello quali-quantitativo dei servizi è stato assicurato nonostante le significative carenze di personale.

Tra le criticità da rilevare, vi è l’assenza di un bilancio di genere, con obiettivi di genere da inserire nel Piano della Performance, che finora non è stato redatto in quanto la struttura contenuta della Camera con le sue relazioni esterne, non fa avvertire l’esigenza di un Piano elaborato in materia di genere.

Sul versante delle opportunità, vanno evidenziate le recenti novità legislative finalizzate a favorire la nascita delle le startup innovative, siano esse industriali, artigianali, sociali, legate al commercio o all’agricoltura, o ad altri settori dell’economia. Per questo tipo di impresa è stato predisposto un quadro di riferimento a livello nazionale che interviene su materie differenti come la semplificazione amministrativa, il mercato del lavoro, le agevolazioni fiscali, il diritto fallimentare. La sezione speciale del Registro delle

Imprese dedicata alle startup innovative, con il report delle società iscritte aggiornato con periodicità settimanale, testimonia che centinaia di imprese sono impegnate attivamente nella creazione di un ecosistema maggiormente favorevole all'attività imprenditoriale.

L'Ente camerale ha strutturato la propria attività promozionale e assistenziale allo scopo di sensibilizzare le imprese con l'obiettivo di spingerle a cogliere tali opportunità, con la finalità di tentare di innescare un'inversione di tendenza in fatto di crescita economica e di occupazione, in particolare giovanile.

Inoltre, in tema di opportunità, va sottolineato il processo di digitalizzazione in atto nel nostro paese, che attraverso la diffusione dell'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, mira a favorire l'innovazione e la crescita economica sociale e culturale.

Sotto la spinta dirompente delle tecnologie digitali si profilano modalità di crescita nuove, non convenzionali, a tutto vantaggio delle imprese che ne sapranno cogliere le opportunità. Queste ultime, infatti, dovranno ripensare il proprio modello industriale e competitivo e puntare sull'innovazione sia tecnologica sia di processo e di relazione con partner, fornitori e clienti per servire al meglio le mutevoli esigenze di questi ultimi.

La Camera di commercio di Taranto, cogliendo tale occasione, ha aderito al progetto "Made in Italy: Eccellenze in digitale", iniziativa di Unioncamere e Google Italia avente l'obiettivo di diffondere tra le aziende la consapevolezza delle opportunità offerte dalla Rete, favorire la digitalizzazione delle imprese del territorio e promuovere l'immagine e le potenzialità delle produzioni locali. Sempre sul temo dello sviluppo delle competenze digitali, l'Ente ha realizzato il progetto Arsdigitalia, mirato all'approfondimento delle attività di supporto alle imprese su questo tema e alla formazione ed al miglioramento delle competenze digitali del personale camerale.

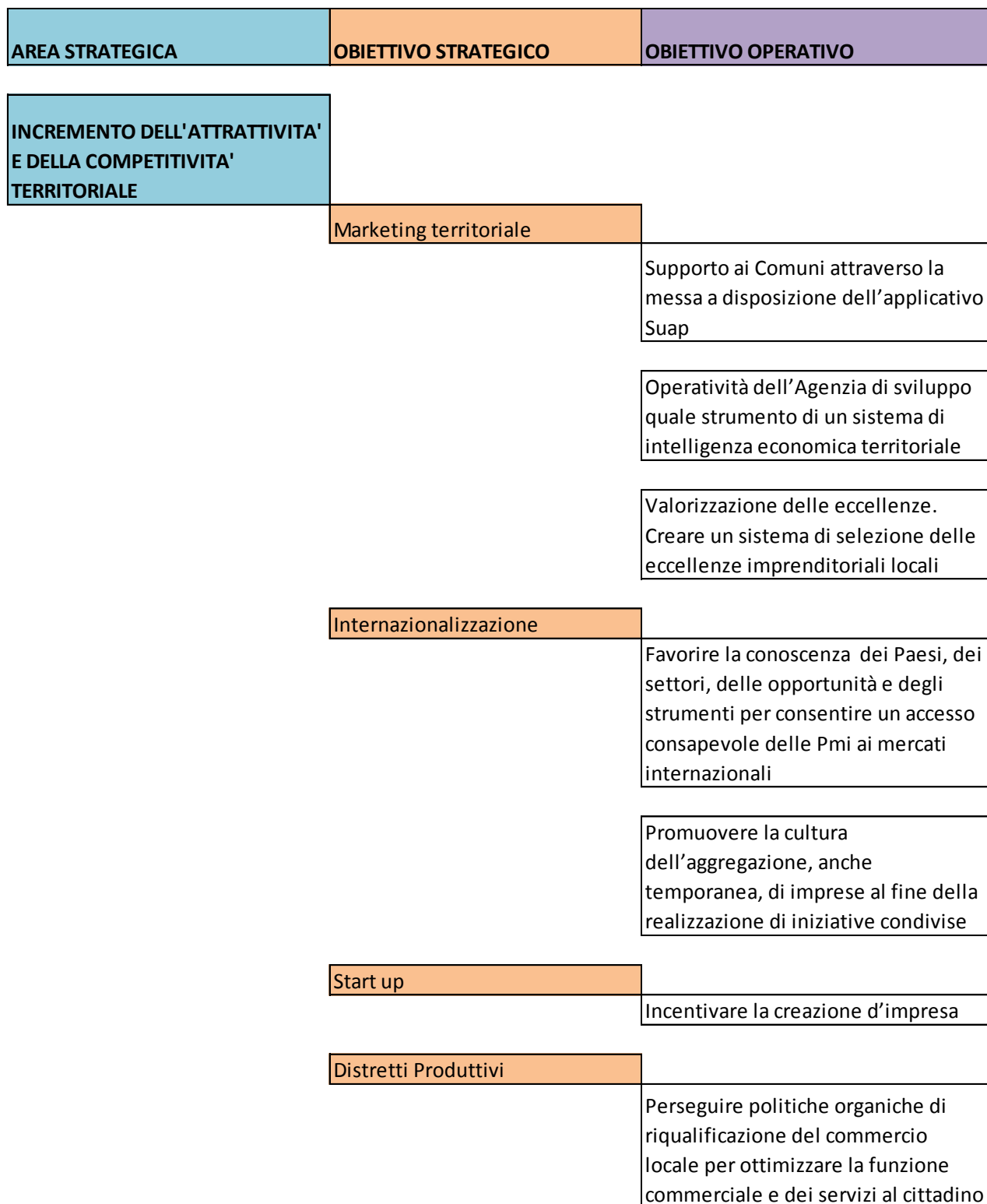
Infine, va ricordato che il 2016 è iniziato con l'opportunità offerta dalla legge n.20/2015, che nella parte riguardante la riqualificazione e la rigenerazione della città di Taranto, le bonifiche ambientali, la portualità, in un quadro complessivo di sviluppo sostenibile e basato sulle naturali vocazioni dell'area, sembrava poter, almeno parzialmente, risolvere alcune questioni infrastrutturali cristallizzate, apparentemente insormontabili. L'Ente camerale ha portato nel Contratto istituzionale di sviluppo (CIS) sottoscritto nel dicembre 2015, le irrinunciabili istanze della nostra economia reale: clausola sociale, attenzione alle imprese locali, reperimento di ulteriori risorse a supporto della riqualificazione, del consolidamento e del riavvio delle imprese. Il Governo ha messo in sicurezza oltre 870 milioni di euro di risorse già da tempo assegnate, ma purtroppo ancora non spese nel corso degli ultimi anni e, quindi, potenzialmente revocabili. E' necessario evidenziare che la speranza sugli effetti della legge n.20, lungi dall'essersi spenta, è divenuta più realistica, soprattutto considerate le difficoltà di progettazione in capo alle Amministrazioni coinvolte che ne hanno rallentato l'operatività. Sotto il profilo imprenditoriale, è avviato il percorso di preparazione e

sottoscrizione dell'Accordo di programma per la riconversione e riqualificazione industriale, sollecitato in ogni modo dall'intero mondo economico e sociale e vanamente atteso sin dal 2012. Infatti, in esito alla riunione svoltasi nell'ottobre 2015 con la Struttura di missione APT presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri, e grazie all'attività di analisi e stimolo esercitata dall'Ente nel corso dell'anno, il Ministero ed Invitalia hanno finalmente avviato detto percorso (nei primi mesi del 2016) con la costituzione del Gruppo di coordinamento e controllo e la call per le manifestazioni d'interesse per gli investimenti.

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.



Responsabilità sociale d'impresa e Terzo settore	Condivisione e diffusione dei principi della responsabilità sociale d'impresa.
	Attuazione provinciale del Protocollo d'intesa Unioncamere – Forum Nazionale del Terzo Settore attraverso l'attività del Comitato per la valorizzazione delle imprese del Terzo settore
	Favorire la nascita di imprese sociali
Turismo	Qualificare e promuovere l'offerta turistica territoriale, le peculiarità storico – culturali ed i prodotti tipici per la loro funzione di attrattori turistici
POTENZIAMENTO DELLA FUNZIONE DI INTERLOCUTORE PRIVILEGIATO SUI TEMI DELL'ECONOMIA	Centro analisi e studi
	Implementare la completezza e la tempestività dell'informazione economica e migliorarne la diffusione pubblica
	Potenziamento della comunicazione istituzionale
	Valorizzare l'identità della Camera di commercio e la interlocuzione con le Associazioni di categoria. Migliorare ed innovare la qualità e la funzionalità della comunicazione esterna. Valorizzare le testimonianze e le esperienze imprenditoriali

**MIGLIORAMENTO DELL'AZIONE
AMMINISTRATIVA**

Sviluppare un sistema integrato
di pianificazione, controllo e
valutazione

Adozione dei provvedimenti di
attuazione di tutte le fasi del ciclo di
gestione della performance

Incrementare qualitativamente il
capitale umano

Attivazione corsi di formazione
permanente per il personale interno.

Limitare la riduzione nel livello
di riscossione del diritto annuale

Limitare la riduzione delle
percentuali di incasso al netto delle
riduzioni introdotte dalla legge
n.114/2014 rispetto al 2014

Riduzione del costo standard dei
servizi istituzionali

Riduzione del costo standard di
erogazione dei servizi istituzionali
attraverso l'incremento della
produttività del personale e degli
altri fattori

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.

3.2 Aree strategiche e obiettivi strategici - obiettivi operativi

AREA STRATEGICA		1. Riduzione del costo standard di erogazione dei servizi istituzionali attraverso l'incremento della produttività del personale e degli altri fattori
OBIETTIVO STRATEGICO		1.1.Ottimizzazione dei costi dei servizi erogati, attraverso il progressivo miglioramento degli standard economici
OBIETTIVO OPERATIVO		Miglioramento della marginalità dei servizi istituzionali
AZIONI		1. Riduzione del costo standard agendo sulla leva della produttività di tutti i fattori ed in particolare del personale sia sul piano quantitativo sia qualitativo
INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	ANNI
		2016
AZIONE 1	Riduzione media del costo standard	≥ 5% rispetto al precedente esercizio 2015
RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)		
L'obiettivo in argomento non viene in questa sede analizzato poiché al momento non risultano ancora disponibili i dati necessari per il calcolo del costo standard anno 2016, che sono oggetto di un calcolo a confronto effettuato da Unioncamere e a livello nazionale, i cui tempi di realizzazione non collimano con i termini di approvazione del consuntivo.		

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	1. Controllo del flusso di arrivo e di evasione delle pratiche telematiche
	2. Concessione in utilizzo gratuito dell'applicativo da parte dei Comuni in avvalimento sviluppata da Infocamere (<i>impresainungiorno.gov.it</i>)

INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	ANNI
		2016
AZIONE 1	Report semestrali	2
AZIONE 2	Utilizzo gratuito dell'applicativo da parte dei Comuni in avvalimento	✓ (SI/NO)
RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)		
Nel 2016 la Camera di commercio ha dato avvio ad una serie di azioni utili all'incremento quantitativo e qualitativo della diffusione e dell'utilizzo di questo strumento di semplificazione, in modo da assicurare la piena affermazione del principio di "punto unico di contatto" tra impresa e pubblica amministrazione quale elemento cruciale nella semplificazione e nell'attrattività del territorio: individuazione di un ufficio "referente" suap camerale per i Comuni del territorio e le Amministrazioni terze coinvolte nei procedimenti amministrativi; avvio di un programma di promozione, diffusione e formazione a beneficio dei Comuni, dell'utenza e degli altri Enti; incontri di coinvolgimento sulla "cultura" Suap. Al 31.12.2016 e al marzo 2017, i risultati ottenuti sono di molto superiori agli obiettivi posti in fase di programmazione 2016. Oltre ad aver raggiunto i target di monitoraggio semestrale ed aver garantito la fruizione dell'applicativo ai Comuni in avvalimento, infatti, i dati sull'incremento nell'utilizzo e nel numero delle pratiche sono particolarmente significativi. Se a livello nazionale la diffusione e l'utilizzo del Suap camerale ha intrapreso un andamento di crescita abbastanza contenuta, con un incremento di 100 comuni (+3%), in Puglia l'incremento è stato più significativo (da 168 a 186, +10%, 18 Comuni in più) con il quasi azzeramento di comuni "silenti" passati da 7 a 1. In provincia di Taranto c'è stato un incremento di 4 comuni, +23% che a livello pugliese colloca la provincia ionica alle spalle solo di Brindisi (passata da 5 a 8 comuni, +60%). Inoltre, proprio in provincia di Taranto, si è attivata per la prima volta in regione Puglia, una convenzione		

con una Unione dei Comuni che, grazie alla piattaforma camerale, hanno effettivamente unificato il servizio.

Regione	Provincia	Tipo Suap				Grand Total
		ACCREDITATO numero SUAP	CONVENZIONE numero SUAP	DELEGA numero SUAP	SILENTE numero SUAP	
PUGLIA	BARI	29	-	19	-	48
	BRINDISI	12	3	5	-	20
	FOGGIA	20	-	43	1	64
	LECCE	2	38	57	-	97
	TARANTO	8	6	15	-	29
Grand Total		71	47	139	1	258

Ma è soprattutto in termini di utilizzo che i risultati ottenuti evidenziano una eccellente performance territoriale. Rispetto all'incremento del numero di pratiche gestite a livello nazionale e pugliese (rispettivamente + 31% e + 33% del 2016 sull'anno precedente) i suap camerali della provincia di Taranto hanno raggiunto, nello stesso periodo, un +125% di pratiche che, quindi, sono più che raddoppiate.

E se questo incremento, nel 2016, non è servito a sganciare Taranto dall'ultimo posto tra le province pugliesi, il processo virtuoso di crescita concentrato negli ultimi mesi del 2016, si è già confermato in maniera altrettanto significativa nei primi 3 mesi del 2017, portando la provincia ionica al terzo posto nella tabella regionale con proiezioni sull'intero 2017 che porterebbero ad una ulteriore esponenziale crescita del +381%.

Regione	Provincia	Anno		
		2016 numero pratiche	2017 numero pratiche	Grand Total numero pratiche
PUGLIA	BARI	1177	570	1747
	BRINDISI	874	619	1493
	FOGGIA	1549	1059	2608
	LECCE	12814	5368	18182
	TARANTO	716	862	1578
Grand Total		17130	8478	25608

(dato al 24 marzo 2017)

Gli eccellenti risultati raggiunti sono stati ottenuti grazie al lavoro congiunto, sul territorio, operato da Camera di commercio e strutture collegate, su tutti i comuni che hanno risposto alle sollecitazioni e, soprattutto, sui comuni più grandi nei quali, ovviamente, il risultato potenziale era oggettivamente più prevedibile: Martina Franca, Manduria e Massafra.

In questo periodo sono stati effettuati: 10 incontri con comuni in delega, 5 incontri con comuni autonomi (tra i quali l'Unione dei Comuni del Montedoro passata in convenzione), 1 incontro con enti terzi, 3 corsi di formazione all'utenza.

AREA STRATEGICA	2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale
OBIETTIVO STRATEGICO	2.1.Marketing territoriale
OBIETTIVO OPERATIVO	2.1.5/N2014.Operatività dell'Agenzia di sviluppo quale strumento di un sistema di intelligenza economica territoriale
AZIONI	1. Utilizzo della Fondazione "Taranto e la Magna Grecia - Agenzia sviluppo Terra Jonica" quale Cabina di regia territoriale per l'individuazione delle strategie condivise di crescita dell'area ionica con l'orizzonte temporale del 2020, con particolare riferimento: a. al coordinamento degli stakeholder locali in relazione alla programmazione comunitaria 2015-2020 b. alla promozione della sottoscrizione dell'Accordo di programma per l'attuazione del Protocollo del 26 luglio 2012 e di altri Accordi di programma concernenti l'area tarantina c. allo svolgimento delle funzioni tecnico – operative finalizzate alla efficace e sollecita realizzazione dei piani strategici locali individuati d. alla assistenza ai Soci nell'espletamento della funzione rinveniente dalla partecipazione al Tavolo istituzionale permanente per l'area di Taranto (TIP) con particolare riferimento al Contratto istituzionale di sviluppo di Taranto (CIS)

INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	ANNI
		2016
AZIONE 1	Operatività dell'Agenzia di sviluppo	✓ (SI/NO)
RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)		
Nel corso del 2016 l'Agenzia ha continuato ad operare a supporto dell'Ente per lo svolgimento delle funzioni previste nell'ambito della partecipazione al Tavolo istituzionale permanente per lo sviluppo dell'Area di Taranto. Fra gli interventi culturali di particolare rilievo, l'Agenzia ha sostenuto la realizzazione del 56° Convegno di Studi sulla Magna Grecia (<i>Taranto</i>, 29 settembre - 1 ottobre 2016) nonché una serie di importanti iniziative di restauro e valorizzazione dell'opera dell'artista tarantina Anna Fougez, patrocinate fra gli altri da Cineteca Nazionale, Apulia Film Commission, Teatro Pubblico Pugliese, SIAE e RAI Teche. La nuova Presidenza, in fine d'anno, ha inteso tracciare nuove linee di crescita, provando a stimolare ulteriormente la partecipazione dei Soci pubblici e la definitiva acquisizione dell'Agenzia quale strumento per la discussione e l'attuazione di strategie di sviluppo territoriale.		

AREA STRATEGICA		2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale
OBIETTIVO STRATEGICO		2.2. Valorizzazione delle eccellenze in ambito internazionale
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 e con eventuali iniziative di Sistema camerale
AZIONI		1. Effettuare la valutazione e la selezione delle eccellenze e promuoverne la partecipazione ad eventi.
INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	ANNI
		2016
AZIONE 1	<i>Creazione e gestione di un database delle eccellenze</i>	✓ (SI/NO)
	<i>n. imprese selezionate e relazionate</i>	120
	<i>Costituzione gruppi di lavoro tecnico Matera 2019</i>	✓ (SI/NO)
RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)		
Anche in vista di Matera 2019, la Camera di commercio di Taranto ha, da un lato proseguito le azioni di promozione culturale e turistica del territorio tarantino attraverso la partecipazione al progetto Mirabilia, capofila Camera di commercio di Matera, e la conseguente presenza alla Borsa internazionale del Turismo culturale (Udine 24-25 ottobre 2016), l'outgoing istituzionale in Giappone in occasione di Italia Amore Mio (26-29 maggio 2016), nonché l'organizzazione della prima edizione di Mirabilia Food&Drink Taranto (28 ottobre 2016, 20 aziende tarantine partecipanti). Le diverse iniziative, oggetto di diffusione pubblica e di sensibilizzazione mirata ad un database di oltre 100 imprese selezionate, hanno consentito di raggiungere gli obiettivi strategici di valorizzazione delle eccellenze imprenditoriali locali. Analogamente, le imprese tarantine hanno potuto partecipare al programma promozionale fieristico proposto dalla Camera di commercio per il tramite dell'Unione regionale. Inoltre, a seguito della sottoscrizione di apposito accordo con le Camere di commercio di Bari e Matera e della conseguente operatività del relativo gruppo di lavoro tecnico, 9 imprese hanno partecipato, assistite dall'ufficio Promozione camerale, all'iniziativa Incoming Cina 2016, incontrando il 5 aprile 2016 una delegazione di buyer cinesi del settore agroalimentare durante un'intensa sessione di b2b presso la Camera di commercio di Matera. Il 6 aprile i buyer sono arrivati nella provincia di Taranto per proseguire la conoscenza delle imprese tarantine attraverso una serie di visite delle diverse realtà produttive partecipanti.		

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		1.Svolgere attività di sensibilizzazione propedeutiche alla costituzione di distretti urbani del commercio conseguente alla stipula dell'accordo previsto dall'art.4 del Regolamento regionale promosso dall'Amministrazione comunale e dagli operatori commerciali dell'area rappresentati da Associazioni di categoria 2.Completamento progetto del DUC e assistenza per la sua attuazione
INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	ANNI
		2016
<i>AZIONE 1</i>	<i>Gestione Protocollo d'Intesa DUC del Comune di Taranto</i>	✓ (SI/NO)
RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)		
Nel 2015 la Camera di commercio di Taranto, a ciò sollecitata dai consiglieri camerali in rappresentanza del comparto commerciale e dalle altre principali Associazioni di categoria, ha inserito nella propria programmazione pluriennale l'obiettivo di promuovere e sostenere la costituzione di DUC nella provincia di Taranto. Come previsto dalla normativa regionale, l'Ente ha manifestato al Comune di Taranto, soggetto che promuove il DUC del capoluogo presso la Regione Puglia, la disponibilità a svolgere un ruolo attivo nella compagine operativa a livello locale, predisponendo, in collaborazione con Confcommercio e Confesercenti, i documenti tecnici di sviluppo del Distretto anche sulla base degli atti di indirizzo dell'Amministrazione comunale. Riunendo competenze diversificate, attraverso l'ascolto di Focus Group di imprese e consumatori, la Camera di commercio ha elaborato un Piano che, partendo dall'individuazione iniziale di 5 Centri del Commercio Naturale (aree simili per configurazione urbana e vocazione commerciale prevalente), razionalizzati poi in 2 Centri (Città Vecchia/Borgo e Tre Carrare/Solito/Italia –Montegranaro), rappresenta un progetto unico nel suo genere, se posto a confronto con simili elaborazioni realizzate a livello nazionale, e fortemente innovativo. Esso costituisce, altresì, strumento operativo fondamentale per una programmazione ed una esecuzione efficaci delle politiche di intervento nel settore. Il target è, pertanto, pienamente raggiunto. Il Piano di DUC, propedeutico al protocollo ed alla emanazione del bando regionale di finanziamento, è stato consegnato nell'agosto 2016 al Comune di Taranto. L'Ente camerale ha assicurato per tutto il 2016 la partecipazione ai tavoli di lavoro presso il competente Assessorato comunale, continuando a svolgere l'importante azione sussidiaria sin qui condotta, nonostante l'intervento regionale, dapprima rallentato, si sia indirizzato, nel corso dei mesi recenti, nuovamente verso il sostegno degli aspetti di progettazione dei DUC (fase superata con l'azione camerale) e non più verso l'attuazione di piani di distretto.		

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	1.Attività formativa/informativa sulla Responsabilità sociale d'impresa, inclusa la selezione di eccellenze locali; iniziative di formazione/informazione per le imprese sociali
	2.Osservatorio provinciale dell'economia civile

INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	ANNI
		2016
AZIONE 1	N. iniziative formative/informative	5
AZIONE 2	Operatività dell'Osservatorio provinciale dell'economia civile	✓ (SI/NO)
RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)		
I target sono pienamente raggiunti e addirittura qualitativamente superati i risultati previsti. Nel corso del 2016 l'attività relativa all'obiettivi si è particolarmente intensificata. Nell'ambito dell'Osservatorio provinciale sull'economia civile, pienamente operativo anche sotto il profilo della raccolta e diffusione di dati e documenti sull'argomento, si sono costituiti presso l'Ente camerale due gruppi di lavoro che, attraverso, periodiche riunioni, hanno analizzato sia il tema del Benessere Equo e Sostenibile e del ruolo del non profit – argomento avviato già nel 2015 -, sia quello della Responsabilità sociale d'impresa e delle forme imprenditoriali più idonee alla attuazione di una economia civile e sostenibile. I temi si sono integrati, fino alla definizione di un progetto di BES City, elemento portante del Corso di Alta formazione sulla Progettazione e gestione di città e territori sostenibili, organizzato insieme al Centro di cultura per lo sviluppo G. Lazzati ed al Politecnico di Bari con il patrocinio di Unioncamere, Istat e Anci. Il corso è stato, altresì, proposto al Tavolo istituzionale permanente per lo sviluppo dell'area di Taranto dall'Ente camerale, che vi partecipa, quale primo modulo di una Scuola permanente per la formazione della		

Pubblica amministrazione e di un Osservatorio permanente sugli interventi pubblici orientati ad un approccio BES negli obiettivi e nella misurazione dell'impatto delle policy pubbliche sul benessere delle comunità locali.

Questo significativo lavoro tecnico e culturale si è tradotto in molte iniziative pubbliche, che si uniscono alle 6 riunioni dei gruppi di lavoro: 27 febbraio, presentazione del rapporto BES 2015 con Linda Laura Sabbadini e Giampiero Nuvolati; 28 maggio, presentazione della legge sulle Società Benefit con l'estensore Mauro Del Barba; 14 ottobre, presentazione del corso di alta formazione citato, con Michele Dau (OCSE – CNEL) e Filomena Maggino; 12 novembre, Società Benefit – Laboratorio Taranto, con Mauro Del Barba e Universitas Mercatorum e presentazione della Guida alla costituzione e gestione delle Società Benefit curata dal gruppo di lavoro presso la Camera di commercio di Taranto. Quest'ultimo argomento, in particolare, ha rappresentato la creazione di un valore aggiunto notevole sul tema delle imprese ibride, affrontato con significativa competenza dal tavolo camerale: la guida, infatti, ha ricevuto il pieno apprezzamento del promotore della norma sulle Società benefit, nonché dei maggiori soggetti che si occupano del tema e che ne hanno garantito la diffusione a livello nazionale.

L'Ente ha, inoltre, partecipato alle iniziative di Summer school di economia civile per docenti delle scuole secondarie di secondo grado, attraverso interventi afferenti al presente obiettivo declinati nell'ottica della diffusione di una cultura dell'economia civile nell'ambito delle azioni di alternanza scuola – lavoro.

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	1. Potenziamento della funzione di analisi degli eventi e dei fattori influenzanti lo sviluppo da parte del Centro studi nella qualità di Osservatorio economico provinciale
	2. Standardizzazione della tempistica della comunicazione esterna. Incremento utilizzo nuove forme di comunicazione delle statistiche(sito internet – social network)

INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	ANNI
		2016
AZIONE 1	Potenziamento dell'Osservatorio: n. report prodotti	2
AZIONE 2	n. comunicati di informazione statistica	4
	Gestione nuove forme di comunicazione	✓ (SI/NO)
	n. di canali utilizzati (social network)	3

RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)

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

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

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

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	1. Completo adeguamento del sito web alla direttiva 8/2009 del Ministero PA e innovazione e alla "Amministrazione trasparente" di cui al D.Lgs. n.33/2013 2. Web TV e canale YouTube 3. Implementazione degli strumenti di customer satisfaction

INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	ANNI
		2016
AZIONE 1	Completa rispondenza del sito web al dettato normativo	✓ (SI/NO)
AZIONE 2	n. eventi comunicativi attraverso la web tv/youtube	8
AZIONE 3	n. di indagini di customer satisfaction	1
RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)		
I target sono pienamente raggiunti. L'attività comunicativa è stata fortemente incrementata senza aggravio di costi, grazie all'utilizzo dei canali social, in particolare Facebook, Twitter, Instagram e Youtube, che ha accolto 15 video poi rilanciati regolarmente sugli altri mezzi citati. L'informazione è stata naturalmente veicolata anche attraverso il sito istituzionale, sempre aggiornato sia sotto il profilo contenutistico, informativo, normativo e della modulistica, sia con riferimento agli adempimenti di cui alle norme sull'amministrazione trasparente, sia con riguardo agli obblighi previsti dal Codice dell'amministrazione digitale. Quale strumento indispensabile per la corretta e trasparente informazione sull'attività e sugli atti dell'Ente, il sito istituzionale resta comunque oggetto di costanti implementazioni. Il sito consente anche un rapido monitoraggio della soddisfazione dell'utenza, con esiti positivi, così come le ottime recensioni della pagina facebook dell'Ente, oltre che le specifiche indagini di customer satisfaction eseguite con particolare riferimento agli interventi di valorizzazione delle eccellenze (Mirabilia).		

AREA STRATEGICA	10. Incrementare qualitativamente il capitale umano.	
OBIETTIVO STRATEGICO	10.1.Attivazione corsi di formazione permanente.	
OBIETTIVO OPERATIVO	10.1.1.Attivazione corsi di formazione permanente per il personale interno.	
AZIONI	1. Attivazione corsi di formazione per il personale	
INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	ANNI
		2016
AZIONE 1	Svolgimento dei corsi di formazione per il personale.	✓ (SI/NO)
RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)		
Nonostante le limitazioni di spesa derivanti dai vincoli della spending review e dalla riduzione del diritto annuale imposta dall'art.28 della legge n.114/14, l'Ente ha comunque assicurato la formazione continua del proprio personale anche ai fini di una efficace riqualificazione nell'ottica delle nuove funzioni e degli adempimenti previsti dall'intervento di riordino del sistema camerale. Nel corso del 2016, infatti, il personale dipendente ha fruito di ben 17 corsi formativi sulle diverse tematiche afferenti alle funzioni istituzionali (bilancio, contratti e appalti, gestione del personale, processo civile telematico, materia tributari) cui si aggiunge il percorso di training (basic e advanced) effettuato dall'Ufficio comunicazione dell'Ente sull'utilizzo dei nuovo strumenti di comunicazione digitale.		

AREA STRATEGICA		12. Limitare la riduzione nel livello di riscossione del diritto annuale oltre quello normativamente già definito al 40%
OBIETTIVO STRATEGICO		12.1. Limitare la riduzione nel livello percentuale di incasso complessivo rinveniente dal diritto annuale al netto della riduzione del 40%
OBIETTIVO OPERATIVO		12.1.1. Limitare la riduzione delle percentuali di incasso al netto delle riduzioni introdotte dalla legge n.114/2014 rispetto al 2014
AZIONI		1. Limitare la riduzione nel livello degli incassi spontanei: a) gestione sistematica dei ritorni postali informative con inserimento indirizzo alternativo di recapito ai fini del successivo invio; b) invio sollecito di pagamento (comprese le nuove iscritte e le imprese che hanno UL in provincia e sede fuori provincia), evidenziando la possibilità di avvalersi del ravvedimento entro l'anno; c) notifica (e incasso) allo sportello di atti di accertamento per violazioni del diritto annuale delle imprese che vogliono mettersi in regola; d) Servizio inbound e outbound di informativa alle imprese ed ai soggetti iscritti nel repertorio delle notizie economiche e amministrative per il ravvedimento operoso del diritto annuale 2015 al fine di stimolare gli incassi spontanei (call center Infocamere)
INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	ANNI
		2016
<i>AZIONE 1</i>	<i>% riduzione incassi spontanei</i>	≤ 5% rispetto al valore 2014 ridotto del 40%
RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)		
Grazie ad una puntuale e attenta gestione dell'ufficio entrate, si registra per l'anno 2016 un risultato in termini di incassi spontanei del diritto annuale più che positivo; l'indicatore di valutazione assegnato è rappresentato dalla percentuale di riduzione degli incassi spontanei rispetto al valore 2014 ridotto del 40%: target ≤5% risultato 0,70%		

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.

Nell'anno 2016 gli obiettivi di performance individuali assegnati ai dirigenti dell'Ente camerale sono stati orientati, oltre che a misurare il contributo individuale del valutato rispetto al raggiungimento degli obiettivi strategici dell'amministrazione nel suo insieme e della struttura organizzativa di appartenenza, anche a valutare le azioni volte ad elevare l'efficienza e la qualità dei servizi erogati, operando altresì una riduzione dei costi di processo. I risultati di tali azioni, già contenuti nel PIRA (Piano degli Indicatori e dei Risultati attesi di bilancio) allegato alla Relazione al Bilancio di esercizio 2016, approvato con delibera di Consiglio camerale n.8 del 9.5.2017, sono qui di seguito rappresentati:

AREA ECONOMICO-PROMOZIONALE – DR. FRANCESCO DE GIORGIO:

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE OPERATIVA

AREA STRATEGICA	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.
PESO	20/100
RISULTATI ATTESI	1. La promozione da parte delle Amministrazioni comunali e delle Associazioni di operatori commerciali di un accordo finalizzato alla costituzione dei Distretti urbani del commercio DUC di cui al Regolamento regionale n. 15 del 15/07/2011
AZIONI	1.Svolgere attività di sensibilizzazione propedeutiche alla costituzione di distretti urbani del commercio conseguente alla stipula dell'accordo previsto dall'art.4 del Regolamento regionale promosso dall'Amministrazione comunale e dagli operatori commerciali dell'area rappresentati da Associazioni di categoria, anche al fine del suo riconoscimento. 2.Completamento progetto del DUC e assistenza per la sua attuazione.

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	Target anno 2016
AZIONE 1	Gestione Protocollo d'Intesa DUC del Comune di Taranto	✓ (SI/NO)
Eventuale destinazione risorse obiettivo		€ 20.000,00

RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)

Nel 2015 la Camera di commercio di Taranto, a ciò sollecitata dai consiglieri camerali in rappresentanza del comparto commerciale e dalle altre principali Associazioni di categoria, ha inserito nella propria programmazione pluriennale l'obiettivo di promuovere e sostenere la costituzione di DUC nella provincia di Taranto. Come previsto dalla normativa regionale, l'Ente ha manifestato al Comune di Taranto, soggetto che promuove il DUC del capoluogo presso la Regione Puglia, la disponibilità a svolgere un ruolo attivo nella compagine operativa a livello locale, predisponendo, in collaborazione con Confcommercio e Confesercenti, i documenti tecnici di sviluppo del Distretto anche sulla base degli atti di indirizzo dell'Amministrazione comunale. Riunendo competenze diversificate, attraverso l'ascolto di Focus Group di imprese e consumatori, la Camera di commercio ha elaborato un Piano che, partendo dall'individuazione iniziale di 5 Centri del Commercio Naturale (aree simili per configurazione urbana e vocazione commerciale prevalente), razionalizzati poi in 2 Centri (Città Vecchia/Borgo e Tre Carrare/Solito/Italia –Montegranaro), rappresenta un progetto unico nel suo genere, se posto a confronto con simili elaborazioni realizzate a livello nazionale, e fortemente innovativo. Esso costituisce, altresì, strumento operativo fondamentale per una programmazione ed una esecuzione efficaci delle politiche di intervento nel settore.

Il target è, pertanto, pienamente raggiunto. Il Piano di DUC, propedeutico al protocollo ed alla emanazione del bando regionale di finanziamento, è stato consegnato nell'agosto 2016 al Comune di Taranto. L'Ente camerale ha assicurato per tutto il 2016 la partecipazione ai tavoli di lavoro presso il competente Assessorato comunale, continuando a svolgere l'importante azione sussidiaria sin qui condotta, nonostante l'intervento regionale, dapprima rallentato, si sia indirizzato, nel corso dei mesi recenti, nuovamente verso il sostegno degli aspetti di progettazione dei DUC (fase superata con l'azione camerale) e non più verso l'attuazione di piani di distretto.

Risorse destinate a consuntivo: €20.000,00

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE OPERATIVA

AREA STRATEGICA	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
PESO	30/100
RISULTATI ATTESI	1.Miglioramento del sistema di relazione fra Terzo settore e contesto istituzionale – economico locale, anche attraverso l'avvio e la realizzazione di progetti – pilota integrati 2.Incremento del livello di conoscenza quali – quantitativa del Terzo settore, attraverso attività di formazione/informazione ed analisi 3.Ampliare la base imprenditoriale locale, incentivando la creazione d'impresa in ambiti non tradizionali
AZIONI	1.Attività formativa/informativa sulla Responsabilità sociale d'impresa, inclusa la selezione di eccellenze locali; iniziative di formazione/informazione per le imprese sociali 2.Osservatorio provinciale dell'economia civile

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	Target anno 2016
AZIONE 1	N. iniziative formative/informative	5
AZIONE 2	Operatività dell'Osservatorio provinciale dell'economia civile	✓ (SI/NO)
Eventuale destinazione risorse obiettivo		€.30.000,00

RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)

I target sono pienamente raggiunti e addirittura qualitativamente superati i risultati previsti. Nel corso del 2016 l'attività relativa all'obiettivi si è particolarmente intensificata. Nell'ambito dell'Osservatorio provinciale sull'economia civile, pienamente operativo anche sotto il profilo della raccolta e diffusione di dati e documenti sull'argomento, si sono costituiti presso l'Ente camerale due gruppi di lavoro che, attraverso, periodiche riunioni, hanno analizzato sia il tema del Benessere Equo e Sostenibile e del ruolo del non profit – argomento avviato già nel 2015 -, sia quello della Responsabilità sociale d'impresa e delle forme imprenditoriali più idonee alla attuazione di una economia civile e sostenibile.

I temi si sono integrati, fino alla definizione di un progetto di BES City, elemento portante del Corso di Alta formazione

sulla Progettazione e gestione di città e territori sostenibili, organizzato insieme al Centro di cultura per lo sviluppo G. Lazzati ed al Politecnico di Bari con il patrocinio di Unioncamere, Istat e Anci. Il corso è stato, altresì, proposto al Tavolo istituzionale permanente per lo sviluppo dell'area di Taranto dall'Ente camerale, che vi partecipa, quale primo modulo di una Scuola permanente per la formazione della Pubblica amministrazione e di un Osservatorio permanente sugli interventi pubblici orientati ad un approccio BES negli obiettivi e nella misurazione dell'impatto delle policy pubbliche sul benessere delle comunità locali.

Questo significativo lavoro tecnico e culturale si è tradotto in molte iniziative pubbliche, che si uniscono alle 6 riunioni dei gruppi di lavoro: 27 febbraio, presentazione del rapporto BES 2015 con Linda Laura Sabbadini e Giampiero Nuvolati; 28 maggio, presentazione della legge sulle Società Benefit con l'estensore Mauro Del Barba; 14 ottobre, presentazione del corso di alta formazione citato, con Michele Dau (OCSE – CNEL) e Filomena Maggino; 12 novembre, Società Benefit – Laboratorio Taranto, con Mauro Del Barba e Universitas Mercatorum e presentazione della Guida alla costituzione e gestione delle Società Benefit curata dal gruppo di lavoro presso la Camera di commercio di Taranto. Quest'ultimo argomento, in particolare, ha rappresentato la creazione di un valore aggiunto notevole sul tema delle imprese ibride, affrontato con significativa competenza dal tavolo camerale: la guida, infatti, ha ricevuto il pieno apprezzamento del promotore della norma sulle Società benefit, nonché dei maggiori soggetti che si occupano del tema e che ne hanno garantito la diffusione a livello nazionale.

L'Ente ha, inoltre, partecipato alle iniziative di Summer school di economia civile per docenti delle scuole secondarie di secondo grado, attraverso interventi afferenti al presente obiettivo declinati nell'ottica della diffusione di una cultura dell'economia civile nell'ambito delle azioni di alternanza scuola – lavoro.

Risorse destinate a consuntivo: €30.000,00

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE OPERATIVA

AREA STRATEGICA	Potenziamento della funzione di interlocutore privilegiato sui temi dell'economia
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
PESO	50/100
RISULTATI ATTESI	1. Migliorare il livello di efficacia degli strumenti comunicativi utilizzando le modalità telematiche e le pubblicazioni 2. Rendere più efficiente la struttura comunicativa 3. Incrementare le relazioni con il territorio
AZIONI	1. Completo adeguamento del sito web alla direttiva 8/2009 del Ministero PA e innovazione e alla "Amministrazione trasparente" di cui al D.Lgs. n.33/2013
	2. Canale YouTube
	3. Implementazione degli strumenti di customer satisfaction

INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	Target anno 2016
AZIONE 1	Completa rispondenza del sito web al dettato normativo	✓ (SI/NO)
AZIONE 2	n. eventi comunicativi attraverso youtube	8
AZIONE 3	n. di indagini di customer satisfaction	1
Destinazione risorse dell'obiettivo nell'ambito degli oneri di funzionamento		€ 25.000,00
RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)		
I target sono pienamente raggiunti. L'attività comunicativa è stata fortemente incrementata senza aggravio di costi, grazie all'utilizzo dei canali social, in particolare Facebook, Twitter, Instagram e Youtube, che ha accolto 15 video poi rilanciati regolarmente sugli altri mezzi citati.		
L'informazione è stata naturalmente veicolata anche attraverso il sito istituzionale, sempre aggiornato sia sotto il		

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

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

Risorse destinate a consuntivo: €35.000,00

AREA AMMINISTRATIVO-CONTABILE E LEGALE – DR. FRANCESCO DE GIORGIO:

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE OPERATIVA	
AREA STRATEGICA	Miglioramento dell'azione amministrativa
OBIETTIVO STRATEGICO	Riduzione del costo standard dei servizi istituzionali
OBIETTIVO OPERATIVO	Miglioramento dell'incidenza dei servizi istituzionali di supporto in termini di assorbimento di risorse. Efficientamento dei servizi di supporto.
PESO	100/100
RISULTATI ATTESI	1. Riduzione media del costo standard pari ad almeno il 5% rispetto al precedente esercizio. Riduzione del costo medio di alcuni processi camerali.
AZIONI	1. Riduzione del costo standard agendo sulla leva della produttività di tutti i fattori ed in particolare del personale sia sul piano quantitativo sia qualitativo.

INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	Target anno 2016
AZIONE 1	<i>Riduzione media del costo standard</i>	≥ 5% rispetto al precedente esercizio
	<i>Costi diretti assorbiti dal processo A2.3 "Gestione della documentazione" nell'anno 2016/Totale oneri correnti al netto degli interventi economici (voce di conto economico: B.8) e delle voci di conto economico: 9C Svalutazione Crediti; 9D Fondo rischi e oneri</i>	<4 %
	<i>Costi diretti assorbiti dal sottoprocesso B1.1.3 "Trattamento economico del personale" nell'anno 2016/N° totale di posizioni economiche retributive elaborate nell'anno 2016</i>	<3.500
	<i>Costi diretti assorbiti dai sottoprocessi B2.2.1 e B2.2.2/Totale oneri correnti al netto degli interventi economici (voce di conto economico: B.8) e delle voci di conto economico: 9C Svalutazione Crediti 9D Fondo rischi e oneri</i>	≤24%
	<i>Costi diretti assorbiti dal processo B3.2 Gestione contabilità e liquidità/Totale oneri correnti al netto degli interventi economici (voce di conto economico: B.8) e delle voci di conto economico: 9C Svalutazione Crediti 9D Fondo rischi e oneri</i>	≤4%
RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)		
INDICATORE 1 - L'obiettivo in argomento non viene in questa sede analizzato poiché al momento non risultano ancora disponibili i dati necessari per il calcolo del costo standard anno 2016, che sono oggetto di un calcolo a confronto effettuato da Unioncamere e a livello nazionale, i cui tempi di realizzazione non collimano con i termini di approvazione del consuntivo.		

INDICATORE 2: target: < 4%
 risultato: **2,90%**

INDICATORE 3: target: < 3.500
 risultato: **1.712**

INDICATORE 4: target: ≤ 24%
 risultato: **17,05%**

INDICATORE 5: target: ≤ 4%
 risultato: **3.05%**

AREA ANAGRAFICA – DR.SSA CLAUDIA SANESI:

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE OPERATIVA

AREA STRATEGICA	Miglioramento dell'azione amministrativa
OBIETTIVO STRATEGICO	Riduzione del costo standard dei servizi istituzionali
OBIETTIVO OPERATIVO	Miglioramento della marginalità dei servizi istituzionali
PESO	30/100
RISULTATI ATTESI	1. Riduzione media del costo standard pari ad almeno il 5% rispetto al precedente esercizio
AZIONI	1. Riduzione del costo standard agendo sulla leva della produttività di tutti i fattori ed in particolare del personale sia sul piano quantitativo sia qualitativo

INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	Target anno 2016
AZIONE 1	<i>Riduzione media del costo standard</i>	≥ 5% rispetto al precedente esercizio
	<i>N. medio pratiche lavorate nel 2016 per FTE-N. medio pratiche lavorate nel 2015 per FTE/N. medio pratiche lavorate nel 2015 per FTE</i>	≥ 5%
RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)		
INDICATORE 1 - L'obiettivo in argomento non viene in questa sede analizzato poiché al momento non risultano ancora disponibili i dati necessari per il calcolo del costo standard anno 2016, che sono oggetto di un calcolo a confronto effettuato da Unioncamere e a livello nazionale, i cui tempi di realizzazione non collimano con i termini di approvazione del consuntivo. INDICATORE 2: target: ≥ 5% risultato: 19,54%		

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE OPERATIVA

AREA STRATEGICA	Miglioramento dell'azione amministrativa
OBIETTIVO STRATEGICO	Incremento dell'efficacia e dell'efficienza dell'Area anagrafica
OBIETTIVO OPERATIVO	Ridurre tempi e fasi di lavorazione per tipologia di pratiche
PESO	70/100
RISULTATI ATTESI	Aumentare la qualità e la tempestività dei dati contenuti del Registro delle Imprese nella loro funzione di regolazione del mercato e fonte di informazione economica e statistica
AZIONI	1. Identificazione tempi per pratica presentata al Registro Imprese e verifica periodica con adozione dei correttivi.

INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	Target anno 2016
AZIONE 1	N° pratiche del Registro Imprese evase nell'anno 2016 entro 5 giorni dal loro ricevimento (al netto del periodo di sospensione)/N° totale protocolli Registro imprese evasi nell'anno 2015	> 50%
	Tempi medi di lavorazione delle pratiche telematiche (protocolli) Registro Imprese	< 13 gg
RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)		
INDICATORE 1	target: > 50% risultato: 81,7%	
INDICATORE 2	target: < 13 gg risultato: 3,07 gg.	

AREA REGOLAZIONE DEL MERCATO – DR.SSA CLAUDIA SANESI:

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE OPERATIVA

AREA STRATEGICA	Miglioramento dell'azione amministrativa
OBIETTIVO STRATEGICO	Efficienza e qualità dei processi camerali
OBIETTIVO OPERATIVO	Garantire l'efficienza dell'attività dell'Organismo controllo vini e olio
PESO	30/100
RISULTATI ATTESI	Miglioramento dell'efficienza del servizio dell'Organismo controllo vini e olio
AZIONI	1. Riduzione degli oneri del processo

INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	Target anno 2015
AZIONE 1	Costi diretti assorbiti dal sottoprocesso C2.7.2 Gestione organismi di controllo (al netto delle attività di controllo sui marchi di qualità camerali)/N° richieste attestazioni (protocolli) nell'ambito sottoprocesso C2.7.2 Controlli organismi di controllo nell'anno 2015	<9,5 €
RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)		
target: <9,5 € risultato: 7,78 €		

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE OPERATIVA

AREA STRATEGICA	Miglioramento dell'azione amministrativa
OBIETTIVO STRATEGICO	Efficienza e qualità dei processi camerali
OBIETTIVO OPERATIVO	Garantire la qualità dei servizi forniti dall'Ufficio protesti nel rispetto delle norme di riferimento.
PESO	10/100
RISULTATI ATTESI	Garantire la qualità e la tempestività dei dati contenuti nel Registro Protesti
AZIONI	1. Rispetto dei termini di legge per l'evasione delle istanze per cancellazioni e annotazioni protesti

INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	Target anno 2015
AZIONE 1	N° di istanze di cancellazione e annotazione protesti gestite entro 25 giorni (ai sensi dell'art. 2 co.3 L. 235/2000) nell'anno 2015/N° totale istanze di cancellazione e annotazione pervenute nell'anno 2015	>96%
RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)		
target: >96% risultato: 100%		

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE OPERATIVA

AREA STRATEGICA	Miglioramento dell'azione amministrativa
OBIETTIVO STRATEGICO	Riduzione del costo standard dei servizi istituzionali
OBIETTIVO OPERATIVO	Miglioramento della marginalità dei servizi istituzionali
PESO	60/100
RISULTATI ATTESI	1. Riduzione media del costo standard pari ad almeno il 5% rispetto al precedente esercizio
AZIONI	1. Riduzione del costo standard agendo sulla leva della produttività di tutti i fattori ed in particolare del personale sia sul piano quantitativo sia qualitativo

INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	Target anno 2016
AZIONE 1	Riduzione media del costo standard	≥ 5% rispetto al precedente esercizio
	N. medio pratiche lavorate nel 2016 per FTE-N. medio pratiche lavorate nel 2015 per FTE/N. medio pratiche lavorate nel 2015 per FTE	≥ 5%
RISULTATO CONSEGUITO (E MOTIVAZIONI DEL MANCATO CONSEGUIMENTO/SCOSTAMENTO)		
INDICATORE 1 - L'obiettivo in argomento non viene in questa sede analizzato poiché al momento non risultano ancora disponibili i dati necessari per il calcolo del costo standard anno 2016, che sono oggetto di un calcolo a confronto effettuato da Unioncamere e a livello nazionale, i cui tempi di realizzazione non collimano con i termini di approvazione del consuntivo. INDICATORE 2: target: ≥ 5% risultato: 17,27%		

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	anno 2014	anno 2015	anno 2016
<u>Margine di struttura finanziaria</u>	279%	281%	269%	263%	263%

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.

	anno 2012	anno 2013	anno 2014	anno 2015	anno 2016
<u>Indice di liquidità (quick ratio)</u>	2,56	2,49	2,28	2,21	2,20

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	anno 2014	anno 2015	anno 2016
<u>Margine di struttura primario</u>	129,2%	132,7%	130,4%	131,5%	131,1%

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%. Il valore rilevato si attesta su un livello apprezzabilmente positivo.

	anno 2012	anno 2013	anno 2014	anno 2015	anno 2016
<u>Margine di struttura secondario</u>	129,2%	132,7%	130,4%	131,5%	131,1%

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

	anno 2012	anno 2013	anno 2014	anno 2015	anno 2016
<u>Equilibrio economico della gestione corrente</u>	102,72%	99,21%	99,91%	110,77%	107,59%

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. L'incremento evidenziato negli ultimi anni trova giustificazione nella riduzione dei proventi a causa del taglio del diritto annuale imposto dalla norma.

	anno 2012	anno 2013	anno 2014	anno 2015	anno 2016
<u>Incidenza dei costi strutturali</u>	84,92%	81,15%	83,21%	95,35%	96,63%

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, negli ultimi anni, un incremento nell'incidenza dei costi strutturali conseguente alla progressiva riduzione delle entrate per diritto annuale.

	anno 2012	anno 2013	anno 2014	anno 2015	anno 2016
<u>Economicità dei servizi Amministrativi-Anagrafici</u>	77,76%	81,10%	74,27%	77,48%	87,46%

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 situazione strutturalmente prossima all'autosostentamento degli stessi servizi.

	anno 2012	anno 2013	anno 2014	anno 2015	anno 2016
<u>Incidenza oneri del Personale</u>	17,42%	14,75%	14,08%	15,51%	15,30%

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	anno 2014	anno 2015	anno 2016
<u>Incidenza Interventi Economici</u>	17,33%	18,21%	16,72%	13,92%	10,19%

Misura l'incidenza degli interventi economici sul totale degli oneri correnti. Negli anni 2015 e 2016 si evidenzia una lieve flessione del livello delle risorse utilizzate per il sostegno di interventi economici, così come già rappresentato, conseguenza della progressiva riduzione delle entrate a favore degli Enti camerali.

	anno 2012	anno 2013	anno 2014	anno 2015	anno 2016
<u>Grado di restituzione delle risorse al territorio in interventi di promozione</u>	47,22%	49,26%	46,93%	52,62%	44,27%

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

5. PARI OPPORTUNITÀ, BILANCIO DI GENERE, RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA E TERZO SETTORE

All'impresa di genere è riservato particolare interesse grazie alla ormai consolidata attività nell'ambito della informazione/formazione finalizzata alla nascita ed al consolidamento di nuove attività produttive a prevalenza femminile. Anche per il 2016 l'Ente camerale continua a perseguire l'obiettivo di supporto all'avvio dell'attività imprenditoriale, con sempre maggiore attenzione alle categorie svantaggiate delle donne e dei giovani.

Nell'ambito dell'Osservatorio provinciale sull'economia civile, si sono costituiti presso l'Ente camerale due gruppi di lavoro che, attraverso periodiche riunioni, hanno analizzato sia il tema del Benessere Equo e Sostenibile e del ruolo del non profit, sia quello della Responsabilità sociale d'impresa e delle forme imprenditoriali più idonee alla attuazione di una economia civile e sostenibile.

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

Questo significativo lavoro tecnico e culturale si è tradotto in molte iniziative pubbliche e nella presentazione della Guida alla costituzione e gestione delle Società Benefit curata dal gruppo di lavoro presso la Camera di commercio di Taranto. Quest'ultimo argomento, in particolare, ha rappresentato la creazione di un valore aggiunto notevole sul tema delle imprese ibride, affrontato con significativa competenza dal tavolo camerale: la guida, infatti, ha ricevuto il pieno apprezzamento del promotore della norma sulle Società benefit, nonché dei maggiori soggetti che si occupano del tema e che ne hanno garantito la diffusione a livello nazionale.

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, della struttura tecnica incaricata del controllo di gestione e di collaboratori di staff del Segretario generale f.f.;

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 f.f.;

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

FASE 4: previa verifica da parte del Segretario generale f.f., 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 anno 2016 approvato con delibera di Giunta camerale n.5 del 27.1.2016;

Programma triennale per la trasparenza e l'integrità 2016-2018 approvato con delibera di Giunta camerale n.3 del 27.1.2016;

Piano triennale di prevenzione della corruzione 2016-2018 approvato con delibera di Giunta camerale n.4 del 27.1.2016;

Relazione sulla Performance anno 2015 approvato con delibera di Giunta camerale n.66 del 2.9.2016.

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