

Relazione previsionale e programmatica 2012



Camera di Commercio
Taranto



PREMESSA

La relazione previsionale e programmatica, la cui definizione normativa rinvie dall'articolo 5 del D.P.R. del 2 novembre 2005, n.254, recante "Regolamento per la disciplina della gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di commercio", rappresenta il documento di indirizzo strategico, da rinnovare annualmente, con l'obiettivo di integrare una visione di medio lungo termine, data dal Programma pluriennale, con una visione di breve termine, riferita all'esercizio annuale in fase di pianificazione.

Con la predisposizione della relazione previsionale e programmatica si procede ad una contestualizzazione dello scenario permettendo, in definitiva, di mantenere il piano strategico della Camera fortemente ancorato alla realtà e di superare i limiti di rigidità che un programma pluriennale potrebbe porre se non fosse in grado di seguire le evoluzioni del contesto.

L'altra finalità di tale relazione, inoltre, è quella di operare una valutazione dello stato di attuazione degli obiettivi strategici, poiché, in conseguenza di eventuali cambiamenti dello scenario assunto come ipotesi di base per la costruzione del programma pluriennale, potrebbe rendersi necessaria una parziale revisione dei programmi di intervento, oppure una riformulazione di alcuni obiettivi strategici o la riconfigurazione di altri, o, infine, una revisione di talune priorità.

Nel caso specifico, atteso che il Programma pluriennale appena approvato è in fase di prima applicazione – dato che spiegherà la sua efficacia a partire dal prossimo esercizio 2012 - la predetta fase valutativa sarà oggetto d'esame al termine del primo anno di vigenza, al termine, quindi, dell'esercizio 2012.

Il presente documento, pertanto, rappresenta la proiezione pro-quota degli obiettivi fissati dal Programma pluriennale che dovranno trovare attuazione nel prossimo esercizio 2012.

IL CONTESTO DI RIFERIMENTO ESTERNO

Introduzione

Dopo la profonda crisi economica dell'ultimo triennio, nel corso del 2010 l'economia tarantina ha cominciato a mostrare alcuni, seppur deboli, segnali di una lenta ripresa produttiva.

La più lunga crisi economico - finanziaria dal dopoguerra (durata ben otto trimestri dal 2008 al 2009) sembra aver cessato, anche se non ancora del tutto, di produrre i suoi effetti ma il percorso di recupero appare tuttavia ancora lungo e non privo di criticità: la ripresa risulta ancora discontinua e non sembra interessare uniformemente tutti i segmenti della nostra economia.

Tanto è rilevabile dal seguente quadro sinottico dei principali indicatori congiunturali dell'economia ionica che se, da un lato, dimostra **un significativo incremento nella crescita annuale del tessuto imprenditoriale**, il ritorno del PIL ad un pur esiguo indice positivo ed una sostanziale ripresa dell'export e, in generale, dell'interscambio commerciale con l'estero, dall'altro evidenzia anche una scarsa capacità innovativa, una problematica occupazionale ancora allarmante (con un crescente ricorso agli ammortizzatori sociali) ed un aumento delle sofferenze bancarie, **segnali inequivocabili, questi ultimi, di un tessuto socio – imprenditoriale non ancora pienamente riassetato**.

QUADRO DI SINTESI DEI PRINCIPALI INDICATORI – ANNO 2010

Anni	
2009	2010

Il contesto		
Il tasso di crescita delle imprese ¹	0,11%	1,82%
Il tasso di occupazione	43,90%	42,5%
2Il tasso di disoccupazione ³	9,60%	12,5%
4La variazione del Prodotto interno lordo procapite ⁵	-5,20%	0,10%
La capacità innovativa (differenziale)		Marchi -37; Brevetti +10
6La dotazione infrastrutturale	Totale 132,5; Senza porti 80,2	invariata

La domanda		
La variazione delle esportazioni	-25,20%	18,03%
7La propensione all'export ⁸	16,90%	19,90%
9Il grado di apertura del commercio estero ¹⁰	44,90%	60,1%

L'offerta		
Lo stock imprenditoriale	55	860
La variazione delle importazioni	-33,70%	39%

La tensione		
Lo stato di salute delle imprese (differenziale)		Liquidazioni - 63; Fallimenti + 1
Il ricorso agli ammortizzatori sociali (CIG)	11.241.785 ore	24.920.787 ore
Le sofferenze bancarie (rapporto su impieghi)	7,40%	7,70%

Nel comprendere le dinamiche provinciali, utile risulta anche il recente studio nel quale Unioncamere ha classificato le province italiane in tre gruppi di competitività e attrattività (sopra la media nazionale, sotto la media nazionale, in media), dando origine ad una classificazione articolata in nove celle (alta competitività - alta attrattività, bassa competitività - alta attrattività ecc.). La metodologia presentata è stata in primo luogo applicata all'anno 2007 (ultimo anno per il quale si ha la disponibilità completa a livello provinciale di tutti i dati necessari per l'analisi) per valutare i livelli, i fattori significativi e la classificazione delle 103 province in gruppi di attrattività e competitività. Incrociando le due classificazioni provinciali relative alle due dimensioni, è possibile ricostruire una tabella riassuntiva che sintetizza la posizione congiunta di ogni provincia relativa al 2007.

Classificazione congiunta di attrattività/competitività delle province italiane al 2007

		GRUPPO Competitività		
		ALTA	IN MEDIA	BASSA
GRUPPO Attrattività	ALTA	FO GO LU MC PC PD PI RA SI TS TV	AO AR BL BZ FE FI GR IM MS PT RN SO SV TN VE VR	LI
	IN MEDIA	AL AN AT BG BO BS CO CR MI MN MO NO PR PN PS RE TO UD VI	AP AQ CH CN GE PG PV RM SP TE VB VC	BN CA CB CS LE MT ME LT PE RI SA SS TR VT W
	BASSA	LC LO VA	BI PO	AG AV BA BR CE CL CT CZ EN FG FR IS KR NA NU OR PA PZ RC SR TR TA

Fonte: Unioncamere, 2011

¹ Fonte: elaborazioni Unioncamere - InfoCamere su dati Registro delle imprese

³ Fonte: Istat

⁵ Fonte: Istituto Guglielmo Tagliacarne. Italia = 100

⁸ Export/Valore aggiunto*100

¹⁰ Import-Export/Valore aggiunto*100.

La provincia di Taranto si colloca nella casella comprendente un cluster di province meridionali a competitività ed attrattività basse, ovvero in quello che viene definito il “fanalino di coda” del sistema Italia. Anche applicando il modello per delineare scenari futuri di evoluzione dell’attrattività e della competitività per i diversi territori al 2015, la provincia ionica, **pur essendo fra le pochissime meridionali a registrare un miglioramento degli indicatori**, transita verso un valore medio e solo nel gruppo “competitività”.

Classificazione congiunta di attrattività/competitività delle province italiane al 2015

		GRUPPO Competitività		
		ALTA	IN MEDIA	BASSA
GRUPPO Attrattività	ALTA	AL AN AR BL BO BS CO FE FI FO GE MI MO PD PI PR PS RM TO UD VR VE	BZ GO LI LU RA RN SI SP TS	AO GR IM ME PG RO SV TN VB
	IN MEDIA	BG LC MS PN VA VI	PE PO TR	CA CT LE MT NU PT SA SO SR TE VW
	BASSA	AP BI CH CN MC MN NO PC RE RI SS TV VC	CR AT IS NA PV TA	AG AQ AV BA BN BR CB CE CL CS CZ EN FG FR KR LO LT OR PA PZ RC RG TP VT

Fonte: Unioncamere, 2011

Insomma, uno scenario non entusiasmante nel quale è necessario innestare politiche di incentivazione allo sviluppo economico che intervengano specificamente sui due obiettivi di attrazione di investimenti, flussi turistici, ecc. sul territorio e di incremento della sua capacità competitiva.

UN'ANALISI DI MEDIO PERIODO: GLI SCENARI PREVISIONALI PROVINCIALI FINO AL 2013

Gli scenari previsionali aggregati per biennio elaborati dal modello Unioncamere – Prometeia, già analizzati con riferimento al contesto italiano e pugliese) delineano la possibile linea evolutiva dell’economia provinciale, evidenziando luci ed ombre di un sistema produttivo dal futuro incerto. Per quanto riguarda il valore aggiunto è previsto che il 2011 si chiuda con un tasso di crescita medio annuo pari allo 0,1%, analogo a quello relativo all’occupazione. Nel biennio 2012-2013, invece, la crescita del valore aggiunto dovrebbe attestarsi sullo 0,7%, mentre l’occupazione potrebbe non crescere affatto.

La propensione all’export (export/valore aggiunto*100), che dovrebbe registrare alla fine dell’anno in corso un valore % pari al 19,6% dovrebbe passare a fine 2013 al 20,7%, indice di un incremento dell’interscambio commerciale con l’estero.

I tassi caratteristici del mercato del lavoro, nella previsione, non sono particolarmente incoraggianti: il tasso di occupazione totale dovrebbe attestarsi alla fine del periodo 2012-2013 sul 30,5% (aumentando di appena 0,3 punti rispetto al valore previsto per il 2011); quello di disoccupazione dovrebbe passare dal 13,7% dell’anno in corso al 13,5% alla fine del biennio 2012-2013; quello di attività, infine, dovrebbe passare dal 35,0% del 2011 al 35,2% alla fine del periodo 2012-2013.

Il valore aggiunto per abitante dovrebbe conoscere un lieve incremento: 11.900 euro nel 2011, 12.100 euro alla fine del 2013. Analogamente in crescita il valore aggiunto per occupato: 38.200 euro nel 2011 e 38.600 euro alla fine del periodo 2012 - 2013.

Come spesso evidenziato, dunque, la coda della crisi continua a sviluppare effetti sull'economia provinciale, soprattutto in termini di crescita produttiva ed occupazionale. Il 2011 si chiuderà con risultati poco esaltanti, mentre il biennio successivo continuerà ad essere particolarmente difficile per il sistema economico locale, con ancora gravosi fattori di tensione ad incidere sulle capacità di recupero dei livelli pre-crisi.

Lo scenario previsionale

Scenario di previsione al 2013

Taranto	2009--2010	2011	2012--2013
Tassi di crescita medi annui del periodo:			
Valore aggiunto	-3,8	0,1	0,7
Occupazione	-2,7	0,1	0,0
Valori % a fine periodo:			
Esportazioni/Valore aggiunto	19,1	19,6	20,7
Tasso di occupazione	28,8	28,8	28,9
Tasso di disoccupazione	12,5	13,7	14,1
Tasso di attività	32,9	33,4	33,6
Valori pro capite a fine periodo:			
Valore aggiunto per abitante	11,9	11,9	12,1
Valore aggiunto per occupato	37,5	37,5	37,9

PER UNA PIÙ AMPIA ANALISI SI VEDA IL PARAGRAFO "IL CONTESTO DI RIFERIMENTO ESTERNO" DELLA PROGRAMMAZIONE PLURIENNALE 2012 - 2015.

UN'ANALISI SWOT TERRITORIALE

Sulla base degli indicatori sin qui analizzati, della lettura degli scenari di previsione per il prossimo biennio e della conoscenza del territorio che l'Ente camerale ha sviluppato nel corso dell'attività di osservazione delle dinamiche economiche provinciali è possibile elaborare una sintetica analisi SWOT (Strengths – Weaknesses – Opportunities - Threats) utile a supportare le scelte strategiche, razionalizzando i relativi processi decisori.



CONTESTO DI RIFERIMENTO INTERNO

Con la Legge 580 del 1993, e più recentemente con il Decreto Legislativo n.23/2010, sono stati ridisegnati ruolo e struttura delle Camere di Commercio, traendo spunti anche dalla regolamentazione delle autonomie locali ed incidendo a livello politico, economico ed istituzionale con l'attribuzione di specifiche funzioni. La legge di riforma, infatti, definisce le Camere di Commercio come "enti pubblici dotati di **autonomia funzionale** che svolgono, nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza, sulla base del principio di sussidiarietà di cui all'articolo 118 della Costituzione, funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali".

La Camera esercita le funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali. **Non si tratta di un ruolo di rappresentanza delle imprese, bensì di loro coordinamento, orientamento e sviluppo** attraverso l'esercizio di funzioni proprie o delegate dallo Stato e dalle Regioni o derivanti da convenzioni internazionali.

La conferma data dal legislatore alla centralità del ruolo delle Camere quali veri e propri enti di regolazione del mercato rappresenta il punto di caduta del forte investimento compiuto in questi anni dal Sistema per promuovere la trasparenza, la certezza e l'equità delle relazioni economiche tra gli operatori del mercato; impegno consistente, che trova la sua eccellenza nella gestione stragiudiziale e rapida delle controversie tra imprese, e tra imprese e consumatori, attraverso le procedure, appunto, di arbitrato e conciliazione.

Sul fronte della razionalizzazione e semplificazione dei procedimenti il legislatore ha riconosciuto, di fatto, un primato che le Camere di commercio hanno conseguito nel corso degli anni, ponendosi, nel panorama amministrativo, come enti capofila nella promozione e concreta realizzazione di progetti volti a "facilitare" la vita delle imprese nel loro rapporto con la PA. Si tratta di un insieme di interventi volti a rendere più fluidi e agevoli i procedimenti amministrativi, le attività gestionali, le modalità di accesso e presentazione di istanze e documenti alle Camere; il tutto nell'ottica di ridurre i costi reali sostenuti dagli imprenditori nell'adempiere agli obblighi previsti dalla legge offrendo, attraverso lo sviluppo di strumenti tecnologicamente evoluti e servizi integrati, una leva importante per migliorare la competitività del sistema produttivo nella sua interezza.

In linea generale, gli anni **2010 e 2011 sono stati determinanti** per le attività svolte dalle Camere **in tema di e-government**, caratterizzandosi non solo per l'entrata a regime della Comunicazione Unica, ma anche per l'impulso dato dal legislatore al rafforzamento del ruolo dello Sportello unico per le attività produttive (SUAP) nelle strategie di semplificazione delle procedure di avvio d'impresa nonché per l'introduzione dell'obbligo, in capo alle società di capitali, di depositare al Registro delle imprese le tabelle contabili che fanno parte del bilancio in formato elettronico elaborabile (XBRL). Inoltre, l'abolizione della tenuta obbligatoria del libro soci a carico delle società a responsabilità limitata, ha attribuito agli Enti camerali, in particolare al Registro delle Imprese, funzioni certificative dei relativi assetti proprietari.

Tutti fronti rispetto ai quali l'impegno, e il ruolo, delle Camere risultano per ovvie ragioni fondamentali.

Inoltre, le attività amministrative gestite dalle Camere di commercio e inerenti agli adempimenti relativi alle operazioni doganali (tra cui il rilascio dei Carnets ATA e le attività relative al rilascio dei certificati di origine), rappresentano, tra l'altro, un concreto supporto al commercio internazionale. Una delle principali

evoluzioni attese anche in questo settore riguarda la spinta alla progressiva diffusione di procedure telematizzate.

Alla luce di tali premesse, si può affermare che, in linea schematica generale, le funzioni attribuite dalla legge alla Camera di Commercio possono suddividersi in due categorie:

1. funzioni burocratico-amministrative;

2. funzioni promozionali.

Le prime ricomprendono le attività obbligatorie previste da specifiche norme legislative. Tra queste, particolare rilievo assume la tenuta del Registro delle Imprese cui sono obbligate ad iscriversi le società e gli imprenditori individuali che hanno sede nella circoscrizione provinciale.

Il Registro Imprese ha fini non solo di pubblicità legale ma anche di informazione economica e statistica. Altre funzioni amministrative riguardano la tenuta di numerosi albi e ruoli professionali, i servizi certificativi relativi al commercio estero, attività autorizzatorie in materia di industria e commercio interno, la gestione delle Borse Merci, la gestione dell'Elenco Ufficiale dei Protesti Cambiari. Presso la Camera ha sede poi l'Albo provinciale delle Imprese Artigiane.

In riferimento, invece, alle seconde, si precisa che la promozione rappresenta una finalità essenziale dell'Ente e si concretizza in un insieme di iniziative di sostegno dell'apparato economico provinciale sulla base di una programmazione di interventi fissata in modo discrezionale dai suoi organi elettivi.

Rientrano in questa sfera sia interventi di supporto alle attività imprenditoriali in forma diretta (contributi alle singole imprese o a settori di impresa) o indiretta (contributi a consorzi fidi o di garanzia, consorzi export, ecc.), sia interventi di natura strutturale ed infrastrutturale volti a favorire l'economia locale nel suo complesso. Ed ancora interventi per iniziative di valorizzazione dei prodotti e dell'economia locale, interventi per la formazione imprenditoriale, manageriale e professionale, interventi di promozione, assistenza tecnica e servizi alle imprese erogati attraverso aziende speciali, centri servizi, consorzi ed altri organismi o associazioni.

La Cittadella delle Imprese.

Nell'ambito dell'area denominata "comprensorio ex Fiera del Mare", che si estende su una superficie di circa 26.000,00 metri quadri, è stato realizzato l'intervento diretto alla realizzazione di un complesso edilizio, con annesso parcheggio, finalizzato a concentrare l'offerta di servizi tecnologicamente avanzati alle imprese in un'unica infrastruttura denominata 'Cittadella delle imprese'.

Il tessuto urbanistico nel quale si colloca l'intervento presenta, sotto il profilo infrastrutturale, una buona rete di comunicazione viaria ed un'ampia area adibita a zona parcheggio, al fine di decongestionare gli spazi pubblici urbani ed offrire agli utenti un servizio che risponda ai canoni della qualità globale.

Particolarmente significativi, dal punto di vista territoriale - urbanistico, risultano i seguenti fattori caratterizzanti l'area di intervento:

- ottimale accessibilità offerta dalla localizzazione dell'area di intervento lungo la grande arteria urbana a scorrimento veloce costituita da Viale Virgilio, la quale risulta integrata perfettamente con il sistema della viabilità extraurbana ed urbana;

- ubicazione dei moduli logistici all'interno di una struttura che offre la possibilità di ulteriori interventi diretti ad ampliare l'offerta di servizi a favore di un sempre più ampio bacino di utenza sia a livello di front-office fisico sia a livello di front-office telematico;
- disponibilità di adeguate aree di parcheggio;
- presenza di tutte le reti (di proprietà esclusiva della Camera di commercio di Taranto) dei servizi necessari per la realizzazione di attività tecnologicamente avanzate.

In tale contesto, una particolare attenzione è stata, altresì, rivolta nei confronti dell'utilizzo delle energie rinnovabili attraverso la realizzazione di un **impianto fotovoltaico** costituito da 41 moduli policristallini, posti attentamente integrati al disegno ed al materiale dell'involucro edilizio, diventando una vera pelle attiva in acciaio; la porzione di facciata contenente i moduli è aggettante al fine di offrire parziale ombreggiamento alle finestre ed al balcone, creando al tempo stesso un'intercapedine d'aria tra la parete muraria e quella fotovoltaica. La tecnica utilizzata è quella dello scambio sul posto con la rete elettrica nazionale¹¹.

Con la predetta infrastruttura è stato dato corpo, quindi, ad un nuovo approccio nella produzione ed erogazione dei servizi pubblici favorendo, grazie ai nuovi strumenti telematici d'interconnessione informatica, il concorso, con modalità di immediata e reciproca interazione, della pubblica amministrazione, delle imprese, dei professionisti e degli altri attori sociali.

L'utilizzo dei paradigmi tecnologici più avanzati, la cooperazione e lo scambio di esperienze ai diversi livelli ha permesso all'Ente camerale, in definitiva, di presentarsi alle imprese come interlocutore credibile e affidabile e, quindi, quale centro di governo delle dinamiche economiche e punto d'intersezione delle politiche di sviluppo del territorio.

La creazione, sotto il profilo logistico e tecnologico, di un **punto di riferimento unico per le imprese** rappresentava (e rappresenta tuttora) un'esigenza avvertita e sottolineata dalle stesse realtà economiche, produttive, associative e istituzionali locali chiamate ad operare in un contesto geo-economico in cui i fattori tempo e conoscenza costituiscono opportunità di sviluppo se adeguatamente raccordati e strutturati.

Il tutto risulta coerente con il quadro normativo di riferimento che ha trovato quale primo decisivo impulso rivolto all'uso delle risorse tecnologiche avanzate da parte della P.A., la legge 24 novembre 2000, n.340, recante "Disposizioni per la delegificazione di norme e per la semplificazione di procedimenti amministrativi", con cui è stata, tra l'altro, prevista l'obbligatoria trasmissione telematica delle pratiche all'Ente camerale da parte degli operatori economici, fatta eccezione per gli imprenditori individuali e i

¹¹ Una produzione annua di 5.000 kW, una potenza picco di 6,65 kW ed eliminazione di 2960 Kg di anidride carbonica: con questi numeri, oltre ad una architettura molto particolare, l'impianto fotovoltaico integrato della Cittadella delle imprese di Taranto, sede della Camera di commercio, si è aggiudicato il **terzo posto nel concorso nazionale**, promosso dal Gestore dei Servizi Energetici (GSE) e dalla Direzione Generale per il Paesaggio, le Belle Arti, l'Architettura e l'Arte Contemporanee (PABAAC) del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, dal titolo: "Tecnologie solari e qualità del progetto: l'integrazione del fotovoltaico in architettura".

soggetti iscritti nel repertorio delle notizie economiche e amministrative (REA), ai quali in ogni caso è stata riconosciuta la facoltà di avvalersi delle medesime procedure, prevedendo l'utilizzo obbligatorio della firma digitale. Da allora le Camere di Commercio hanno lavorato incessantemente per consentire il decollo della rivoluzione telematica attraverso la diffusione dei **dispositivi di firma, distribuiti gratuitamente ad almeno un rappresentante legale per ogni impresa** iscritta al Registro delle Imprese.

Lo spirito della predetta norma è stato quello di semplificare gli adempimenti amministrativi, sia a carico degli uffici che degli utenti, eliminando l'invio e la conservazione di documenti cartacei e dando l'opportunità di effettuare a distanza gli stessi adempimenti.

Con la gestione telematica delle pratiche sono state, dunque, annullate le distanze ed è venuta meno l'esigenza di spostamenti finalizzati all'assolvimento dei relativi obblighi burocratici con significativi benefici per le imprese, di fatto confermando la validità della scelta operata a suo tempo volta ad eliminare l'operatività delle sedi decentrate che rappresenterebbero, oggi, un costo aggiuntivo non giustificabile alla luce delle attuali misure di contenimento della spesa pubblica alla cui attuazione sono chiamati, come già sopra evidenziato, a dare il proprio non irrilevante contributo anche gli Enti camerali. Un ulteriore riflesso positivo di tale strategia è dato dalla attivazione di oltre 750 abbonamenti al servizio "Telemaco Pay" che consentono agli operatori di accedere comodamente, attraverso la rete internet, a gran parte dei servizi del Registro delle Imprese (visure, certificati, atti, ecc.).

La struttura logistica della Camera di commercio di Taranto accoglie i seguenti servizi informatizzati:

- Informazione, formazione ed assistenza alle PMI sulle misure di finanziamento.
- Biblioteca e Centro di documentazione informatizzato. Analisi congiuntura provinciale. Monitoraggio fabbisogno PMI profili professionali: gestione progetto Excelsior.
- Portale del Registro delle imprese – Trasmissione telematica dei dati con firma digitale – Archiviazione ottica.
- **Sportello per l'internazionalizzazione delle PMI.**
- Coordinamento rete Sportello Unico Attività Produttive (SUAP) e Marketing territoriale.
- Soggetto responsabile Patti territoriali.
- Servizio di regolamentazione del mercato: Camera arbitrale, Sportello di conciliazione, Organismo di media conciliazione, Sportello al consumatore, Clausole vessatorie, Usi e consuetudini, Centro di documentazione specializzato;
- Servizi di tutela della fede pubblica.

Nell'ambito della menzionata infrastruttura sono attivati, altresì, servizi volti a favorire l'uso delle nuove tecnologie anche per la formazione a distanza e sono predisposti, inoltre, ambienti per le attività di supporto agli Organi collegiali:

- Sala conferenze "Nicola Resta";
- Aula multimediale di formazione in teledidattica;

- Sala riunioni per gli Organi collegiali;
- Sala “Angelo Monfredi”;
- Sala del Mare.

Nella Cittadella delle imprese operano, oltre alla Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura di Taranto, anche i seguenti enti ed organismi:

- **Regione Puglia, Assessorato all'Industria, Commercio e Artigianato**, tramite sportelli aperti al pubblico adibiti al servizio per la qualificazione, l'aggiornamento e il monitoraggio delle attività artigiane e per le attività previste dal programma di Marketing del territorio regionale in virtù della convenzione stipulata in data 10.3.2008, tra la Regione Puglia e l'Unione regionale delle Camere di commercio di Puglia;
- **Subfor, Azienda speciale della Camera di commercio di Taranto** avente 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; l'organizzazione, gestione e coordinamento delle attività di formazione imprenditoriale e professionale; la raccolta e distribuzione, attraverso collegamenti con banche dati, di informazioni sull'industria, il commercio, l'artigianato e quant'altro di utilità per le PMI; l'organizzazione, gestione e coordinamento di borse e sale di contrattazione; la realizzazione di studi, ricerche e progetti di fattibilità.
- **C.S.A. - Consorzio servizi avanzati**, società consortile delle Camere di commercio di Puglia e Basilicata, senza scopo di lucro, avente per oggetto: a) il miglioramento qualitativo dei servizi erogati dalle Camere di commercio consorziate attraverso lo svolgimento di attività di assistenza e di sostegno di carattere informatico finalizzate a garantire l'economico, tempestivo ed adeguato adempimento dei compiti istituzionali; b) assistenza e consulenza nei settori tecnico-progettuali, compresi studi di fattibilità, ricerche, progettazioni, direzione dei lavori, valutazione di congruità tecnico-economica, studi di impatto ambientale, realizzazione dei piani integrativi di sviluppo della CE, realizzazione dei piani nazionali d'incentivazione, servizi di protezione e prevenzione dai rischi professionali ai sensi del D. Lgs. 626/1994. La Società può, altresì, assumere la funzione di responsabile del procedimento per la realizzazione di lavori pubblici. Le attività di cui innanzi possono essere svolte a favore dei soci, anche in combinazione con gli enti locali o altri organismi per la realizzazione dei piani integrativi di sviluppo della Comunità Economica Europea nonché di piani nazionali di incentivazione o di altri programmi a base territoriale. Detta società consortile, con sede in viale Virgilio n.152, dispone di ambienti per l'espletamento della propria attività presso la Cittadella delle imprese sulla base di una convenzione a carattere oneroso.
- **Interfidi**, Consorzio a rilevanza esterna senza scopo di lucro, organismo deputato a favorire l'accesso al credito da parte degli operatori economici dell'industria, commercio, artigianato e agricoltura. Detto soggetto consortile, di cui l'Ente camerale ha il controllo, dispone di ambienti concessi in locazione presso la Cittadella delle imprese, giusta delibera di Giunta camerale n.30 del 18.03.2006;

- **Istituto per la Storia e l'Archeologia della Magna Grecia e la Fondazione "Taranto e la Magna Grecia"**, che dispongono, in comodato gratuito, di ambienti presso la Cittadella delle imprese.

Attualmente, a fronte dell'irreversibile destinazione a finalità di pubblico servizio del sito della Cittadella delle imprese, che in questo momento – è bene ricordare – fa parte del patrimonio statale, si rende opportuno procedere all'acquisizione del suolo su cui insiste tale complesso edilizio, anche nell'ambito del programma di dismissioni promosso a livello nazionale – o, in via subordinata, alla stipula di un contratto di locazione ultraventennale - atteso che in tal modo, oltre che **rendere "giuridicamente" definitiva la predetta destinazione**, si consentirebbe all'Ente camerale anche la patrimonializzazione del rilevante investimento di risorse impiegate per la realizzazione del suddetto agglomerato infrastrutturale, che peraltro necessita di **importanti interventi di manutenzione su alcune strutture preesistenti**, poi inglobate nella "Cittadella delle imprese" (Padiglione Tensostatico, Centro Congressi e Centro Servizi).

La struttura amministrativa.

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

AREA AMMINISTRATIVO-CONTABILE E LEGALE

Dirigente: Segretario generale f.f. 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 f.f. dr. Francesco De Giorgio

(Az. Speciale SUBFOR)

- strumenti della programmazione negoziata e all'attività concertativa (fatta eccezione per i Patti territoriali, la cui responsabilità resta riservata al vice Segretario generale 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 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 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

Al migliore assolvimento dei predetti compiti istituzionali concorrono sinergicamente quegli organismi ai quali l'Ente camerale ha deciso, con una politica di affidamento diretto "in house" che si è rivelata vincente, di demandare quelle attività non qualificabili come funzioni amministrative delegate dallo Stato o come attività propriamente amministrativo-contabili interne, laddove vige invece l'obbligo di una interfaccia rappresentata dal dipendente o dal funzionario pubblico.

Il grande vantaggio di tale forma di affidamento è che, dal punto di vista giuridico, consente di inquadrare la prestazione di un servizio o la fornitura di un bene come "negoziato interno" piuttosto che di "contratto a titolo oneroso", con contestuale esclusione dell'obbligo di gara in deroga alla procedura di normale evidenza pubblica, con un indiscutibile risparmio di tempi e di costi anche perché tale procedimento consente, per di più, di operare, in molteplici casi, in regime di esenzione IVA. Tra questi assume particolare rilievo il CSA, Consorzio Servizi Avanzati.

A seguito della emanazione della Circolare dell'Agenzia delle Entrate n.23/E dell'8.5.2009, interpretativa della norma riguardante le revisione del regime di esenzione delle prestazioni rese tra soggetti collegati che svolgono attività esenti ex art.10, d.p.r. n.633/72, così come modificato dalla legge finanziaria 2008, dal 1° luglio 2008 le prestazioni di servizi rese dal CSA nei confronti dei consorziati sono esenti dall'Imposta sul Valore Aggiunto. Tale circostanza, non di scarso rilievo, consente di ottenere servizi ad

un costo senza dubbio inferiore a quello di mercato, senza prescindere dall'aspetto qualitativo della prestazione, in quanto il Consorzio, in questo settore, ha già acquisito una notevole competenza ed affidabilità.

Più in dettaglio i predetti organismi sono:

- **C.S.A.** - Consorzio Servizi Avanzati società consortile a responsabilità limitata per le operazioni di data entry, archiviazione ottica delle pratiche del Registro delle imprese, assistenza informatica (software e hardware), nonché per l'erogazione in maniera sistematica e continuativa dei servizi relativi alla gestione completa ed integrata, "Facility Management" di beni immobili e mobili, strutture e pertinenze appartenenti all'Ente camerale o utilizzati dallo stesso o da organismi di sua diretta emanazione;
- **InfoCamere S.c.p.A.**, società di informatica delle Camere di commercio, per la gestione dei dati del Registro delle imprese, degli albi e ruoli e degli stipendi dei dipendenti camerale;
- **Unione regionale delle Camere di commercio della Puglia**;
- **Retecamere S.c.p.A.**, per la gestione dei progetti di formazione e informazione e quelli finanziati dall'Unione europea;
- **IC Outsourcing S.r.l.**, che svolge servizi necessari alle Camere di Commercio per il perseguimento delle loro finalità istituzionali;
- **DINTEC, Consorzio per l'Innovazione Tecnologica**, è una società consortile tra il Sistema Camerale ed ENEA, con l'obiettivo di ideare, progettare e attuare interventi sui temi dell'innovazione, della regolazione del mercato, della qualità nell'agroalimentare e artigianato, e dei sistemi di gestione della qualità e diffusione della normativa tecnica, per incrementarne la competitività delle PMI;
- **Ecocerved Scarl**, società consortile del sistema italiano delle Camere di Commercio che opera nel campo dei sistemi informativi per l'ambiente;
- **ISNART, Istituto Nazionale Ricerche Turistiche, S.c.p.a.** "in house" al sistema camerale, realizza studi e pubblicazioni sul turismo, indagini, rilevazioni e progetti di fattibilità, elaborazione dati, costituzione e forniture di banche dati ed Osservatori, svolgimento di attività editoriali e di promozione e diffusione con ogni mezzo dei propri servizi, organizzazione di convegni, seminari e dibattiti in ambito turistico;
- **Tecnoborsa S.c.p.a.**, di emanazione delle Camere di Commercio, fondata nel 1997 per contribuire allo sviluppo, alla regolazione, alla trasparenza del mercato immobiliare italiano. Inoltre, svolge attività di studio e ricerca nel campo dell'economia immobiliare italiana e internazionale;
- **Borsa Merci Telematica**, istituita ai sensi del D.M. 174/06, è il mercato telematico dei prodotti agricoli, agroalimentari ed ittici.

A ciò si aggiunge l'apporto di un altro strumento duttile e flessibile di cui oltre la metà 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, l'organizzazione, gestione e coordinamento delle attività di formazione imprenditoriale e professionale, la raccolta e distribuzione, attraverso collegamenti con banche dati, di informazioni sull'industria, il commercio, l'artigianato e quant'altro di utilità per le PMI, l'organizzazione, gestione e coordinamento di borse e sale di contrattazione, la realizzazione di studi, ricerche e progetti di fattibilità e, non ultima, la Camera Arbitrale e l'Organismo di mediazione civile e commerciale di cui al d.lgs.4.3.2010, n.28, divenuta obbligatoria per alcune materie dal 21.3.2011.

La conferma data dal legislatore alla centralità del ruolo delle Camere quali veri e propri enti di regolazione del mercato rappresenta il punto di caduta del forte investimento compiuto in questi anni dal Sistema per promuovere la trasparenza, la certezza e l'equità delle relazioni economiche tra gli operatori del mercato; impegno consistente, che trova la sua eccellenza nella gestione stragiudiziale e rapida delle controversie tra imprese, e tra imprese e consumatori, attraverso le procedure, appunto, di arbitrato e conciliazione.

Sul fronte della razionalizzazione e semplificazione dei procedimenti il legislatore ha riconosciuto, di fatto, un primato che le Camere di commercio hanno conseguito nel corso degli anni, ponendosi, nel panorama amministrativo, come enti capofila nella promozione e concreta realizzazione di progetti volti a "facilitare" la vita delle imprese nel loro rapporto con la PA. Si tratta di un insieme di interventi volti a rendere più fluidi e agevoli i procedimenti amministrativi, le attività gestionali, le modalità di accesso e presentazione di istanze e documenti alle Camere; il tutto nell'ottica di ridurre i costi reali sostenuti dagli imprenditori nell'adempiere agli obblighi previsti dalla legge offrendo, attraverso lo sviluppo di strumenti tecnologicamente evoluti e servizi integrati, una leva importante per migliorare la competitività del sistema produttivo nella sua interezza.

Il Decreto Legislativo 150/2009: "Attuazione della L. 4 marzo 2009, n. 15, in materia di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle pubbliche amministrazioni".

Il Decreto Legislativo n.150/2009, che reca la Riforma della Pubblica Amministrazione, segna l'avvio di un percorso complesso e articolato per le organizzazioni pubbliche, che riafferma con decisione concetti chiave quali trasparenza e integrità, valutazione delle performance, merito e premialità: concetti, per la verità, già noti alla Camera di Commercio di Taranto che ha da tempo improntato la propria azione secondo tali direttrici.

Le Camere di commercio, recependo i principi contenuti nei Titoli I e II del Decreto Legislativo n.150 del 2009, sono, infatti, chiamate a sviluppare il Ciclo di Gestione della Performance.

Ciò rappresenta in primo luogo un adempimento richiesto per tutte le amministrazioni pubbliche, anche se con tempi e modalità differenziate a seconda della natura dell'ente. In particolare, l'articolo 16 indica che le regioni e gli enti locali adeguano i propri ordinamenti ai principi contenuti in alcuni articoli del Decreto; adeguamento da attuarsi entro il 31 dicembre 2010, avvenuto, per la Camera di commercio di Taranto, con delibera del Consiglio camerale n.11 del 17.12.2010.

Tali disposizioni infatti, come riconosciuto dalla Commissione per la Valutazione, la Trasparenza e l'Integrità della Amministrazione Pubblica (di seguito CIVIT) - Organismo centrale che ha il compito di

guidare le amministrazioni pubbliche nel processo di attuazione di quanto previsto dal Decreto e di verificarne la reale operatività - sono applicabili anche alle Camere di commercio.

La predetta applicazione, oltre che nella Convenzione stipulata tra la CIVIT e l'Unioncamere, è stata confermata in sede di chiarimenti della CIVIT rispetto ad un quesito posto da una Camera di commercio.

Lo sviluppo del Ciclo non è, però, solo un adempimento formale; esso è anche un'importante occasione per la Camera di commercio di Taranto per confermare, razionalizzare e, quindi, integrare l'intero impianto concettuale, procedurale e metodologico alla base dei sistemi di pianificazione e controllo in essere, così da ottimizzare maggiormente l'azione dell'Ente verso i bisogni delle imprese e del territorio e da favorire un utilizzo ottimale delle risorse a propria disposizione (Per un maggiore dettaglio vedasi l'Area strategica n.5 "Sviluppare un sistema integrato di pianificazione, controllo e valutazione").

Nuove assunzioni di personale. Quadro normativo di riferimento¹²

La realizzazione degli obiettivi programmatici andrà inesorabilmente ad impattare con una problematica di fondamentale importanza per l'Ente, rappresentato dalla carenza di risorse umane, che ha raggiunto, ormai, il livello di guardia.

Il c.d. "indice dimensionale" della Camera di commercio di Taranto, preso quale parametro di riferimento a livello nazionale per verificare l'adeguatezza in termini numerici delle dotazioni organiche camerali (dato dal rapporto tra numero dei dipendenti ed imprese attive nella provincia, moltiplicato per mille) è pari a 0,93 a fronte della media nazionale di 1,47.

Ciò significa che l'organico dell'Ente è decisamente sottodimensionato rispetto al carico di lavoro rinveniente dall'ordinario assolvimento di tutte le funzioni istituzionali.

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

Specifiche disposizioni in materia di assunzioni di personale cui far riferimento per le Camere di commercio sono - fino a tutto il 2012, e salvo eventuali, successivi, provvedimenti legislativi - quelle risultanti dal combinato disposto dell'art. 3, commi 116 ss, l. n° 244/2007 e dell'art. 2, comma 22, l. n° 191/2009.

Ciò nonostante tutta una serie di provvedimenti successivi (vedi D.L. n° 78/2010, convertito, con modifiche, dalla L. n. 122/2010, la Circolare prot. n° 11786 del 22.2.2011 del Dipartimento Funzione Pubblica, nonché il D.L. n° 98/2011, convertito, con modifiche, da L. n° 111/2011) che, sebbene non interessino direttamente il sistema camerale, tuttavia assumono una indubbia rilevanza in termini di principi generali.

Le procedure necessarie:

1. **Programmazione triennale del fabbisogno del personale** (art.39, comma 1, Legge 27.12.1997, n. 449).

Le Camere di commercio, in quanto amministrazioni pubbliche, sono obbligate alla programmazione triennale del fabbisogno di personale; si tratta di un obbligo stabilito dalla legge 27 dicembre 1997, n. 449, finalizzato a soddisfare le esigenze di funzionalità e di ottimizzazione delle risorse "per il migliore

¹² Fonte: "Le assunzioni di personale nelle camere di commercio" a cura di Unioncamere.

funzionamento dei servizi compatibilmente con le disponibilità finanziarie e di bilancio".

L'importanza di tale documento è stata di recente sottolineata dal Dipartimento della Funzione Pubblica (di seguito DFP) che ha chiarito che una programmazione frammentaria, carente e mutevole è considerata sintomo di una gestione improntata alle necessità contingenti e, pertanto, non conforme ai principi di buona amministrazione.

La programmazione triennale dei fabbisogni di personale è il presupposto necessario per le determinazioni relative all'avvio di tutte le procedure di reclutamento (nuove assunzioni e mobilità). Essa è richiamata anche dall'art. 6 del d. lgs. 30 marzo 2001, n.165, in base al quale "*le variazioni delle dotazioni organiche già determinate sono approvate dall'organo di vertice delle amministrazioni in coerenza con la programmazione triennale del fabbisogno di personale*"; inoltre, l'organizzazione e la disciplina degli uffici, nonché la consistenza e la variazione delle dotazioni organiche, sono determinate "*previa consultazione delle organizzazioni sindacali rappresentative*".

1.1 L'iter formativo del documento di programmazione del fabbisogno di personale.

Il comma 4-bis del citato art. 6, prevede che il documento di programmazione triennale del fabbisogno di personale ed i suoi aggiornamenti "sono elaborati su proposta dei competenti dirigenti che individuano i profili professionali necessari allo svolgimento dei compiti istituzionali delle strutture cui sono preposti"; questa previsione è sostanzialmente confermata anche dal successivo art.16, comma 1, lett. a-bis) e dall'art. 17, comma 1, dello stesso decreto, che finalizzano l'esercizio dei relativi poteri dirigenziali anche alla elaborazione del documento di programmazione triennale del fabbisogno di personale.

La pianificazione dell'approvvigionamento di risorse umane deve necessariamente conciliare le esigenze segnalate dai diversi uffici con il rispetto della sostenibilità finanziaria delle scelte organizzative adottate e dei vincoli posti dalla legge in materia di assunzioni;

In quanto atto organizzativo deve ispirarsi a criteri razionali, di efficienza, economicità, trasparenza ed imparzialità, indispensabili per una corretta pianificazione delle politiche di personale e di reclutamento di nuove risorse, ferma restando la possibilità di rivedere, in sede di programmazione del fabbisogno del personale, le scelte programmatiche effettuate negli anni precedenti, qualora ciò sia richiesto da mutate esigenze organizzative.

1.2 Obblighi di trasparenza:

L'art.11, comma 1, del decreto legislativo 27 ottobre 2009, n. 150, impone a tutte le p.a. di pubblicare sul proprio sito istituzionale le dotazioni organiche, i presenti in servizio e la programmazione triennale del fabbisogno.

1.3 Indicazioni per la pianificazione del fabbisogno ed il computo di nuove assunzioni.

Come anticipato in premessa, allo stato attuale l'art.3, comma 116, L.244/2007, la cui vigenza è stata estesa sino al 2012 dall'art.2, comma 22, L.191/2009, dispone, con riferimento specifico alle Camere di commercio che queste possano procedere ad assunzione di personale a tempo indeterminato, previo

effettivo svolgimento delle procedure di mobilità, entro i seguenti limiti:

- a) per un contingente di personale complessivamente corrispondente ad **una spesa pari al 70%** di quella relativa alle cessazioni avvenute nell'anno precedente, ove l'indice di equilibrio economico-finanziario (determinato secondo i criteri di cui al Decreto M.A.P. 8.2.2006) **risulti inferiore a 35**¹³;
- b) per un contingente di personale complessivamente corrispondente ad una spesa pari al 35% di quella relativa alle cessazioni avvenute nell'anno precedente, ove l'indice di equilibrio economico-finanziario (determinato secondo i criteri di cui al Decreto M.A.P. 8.2.2006) risulti compreso tra 36 e 45;
- c) per un contingente di personale complessivamente corrispondente ad una spesa pari al 25% di quella relativa alle cessazioni avvenute nell'anno precedente, ove l'indice di equilibrio economico-finanziario (determinato secondo i criteri di cui al Decreto M.A.P. 8.2.2006) risulti superiore a 45.

In sede di programmazione occorrerà considerare che i passaggi di area non sono più consentiti, se non attraverso le modalità del concorso pubblico, con riserva dei posti non superiore al cinquanta per cento a favore del personale interno.

L'attribuzione dei posti riservati al personale interno è finalizzata a riconoscere e valorizzare le competenze professionali sviluppate dai dipendenti, in relazione alle specifiche esigenze delle amministrazioni (art.24, d.lgs.150/2009).

Le amministrazioni devono calcolare il costo delle assunzioni, a seguito di concorso, di chi sia già loro dipendente; queste assunzioni, che concorrono al raggiungimento del limite dei soggetti assumibili, hanno sempre un costo pari al differenziale retributivo, fermo restando che in tal caso il soggetto non potrà essere computato tra i cessati dal servizio ai fini della determinazione del budget assunzionale utile per l'anno successivo; se si applica lo stesso criterio ai concorsi delle Camere di commercio, tenendo conto di quanto previsto dall'art.3, comma 116 della L.244/2007, l'assunzione dell'interno vincitore di concorso pubblico, sia che sfrutti o meno l'eventuale riserva, ha sempre un costo pari al differenziale retributivo tra nuova e vecchia categoria, ma la sua cessazione (nella categoria inferiore) non è mai utile ai fini delle assunzioni dell'anno successivo; resta fermo, in ogni caso, il divieto di destinare agli interni una percentuale superiore al 50% dei posti messi a concorso.

1.4 Mobilità:

- le amministrazioni devono attivare le procedure di mobilità (obbligatoria e volontaria), prima di procedere alla copertura dei posti vacanti; questo significa che prima si deve procedere con la mobilità su tutti i posti che si intendono coprire e che solo in una fase successiva, sui soli posti che sono ancora liberi dopo l'espletamento delle procedure di mobilità, si può passare alle assunzioni (rispettando, su tali posti residui e ove ancora possibile, il vincolo del 50% per le eventuali riserve in favore degli interni);

¹³ Fattispecie in cui rientra la Camera di commercio di Taranto.

2. La dotazione organica della Camera di commercio di Taranto.

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 31.7.2011:

Categ.	Profili professionali	Dotaz. per profilo	Posti occupati
Dirig. 3	- Vice Segretario generale	3	2
D 18	- Funzionario ai servizi amministrativo-contabile, giuridico e di regolazione del mercato	1	-
	- Collaboratore amministrativo-contabile, giuridico e di regolazione del mercato	16	9
	- Collaboratore ai servizi informatici e di rete	1	-
C 21	- Assistente amministrativo e contabile	20	15
	- Assistente ai servizi tecnici	1	-
B 6	- Operatore servizi tecnico-amm.vi, contabili e di rete	2	4
	- Esecutore servizi tecnico-amministrativi	4	-
A 4	- Addetto ai servizi ausiliari, di portineria e di custodia	4	4
TOTALI		52	36

Posto che il fabbisogno di risorse umane dell'Ente è riferito quasi esclusivamente a personale di categoria D, tenuto conto del vincolo di cui alla normativa citata innanzi e considerato il valore delle cessazioni intervenute, sarà possibile procedere a n.6 nuove assunzioni, di cui il 50% potrà essere riservato alla valorizzazione del personale interno, secondo quanto previsto dall'art.24 del d.lgs.27.10.2009, n.150 e dall'art.52, comma 1-bis del d.lgs. 30.3.2001, n.165.

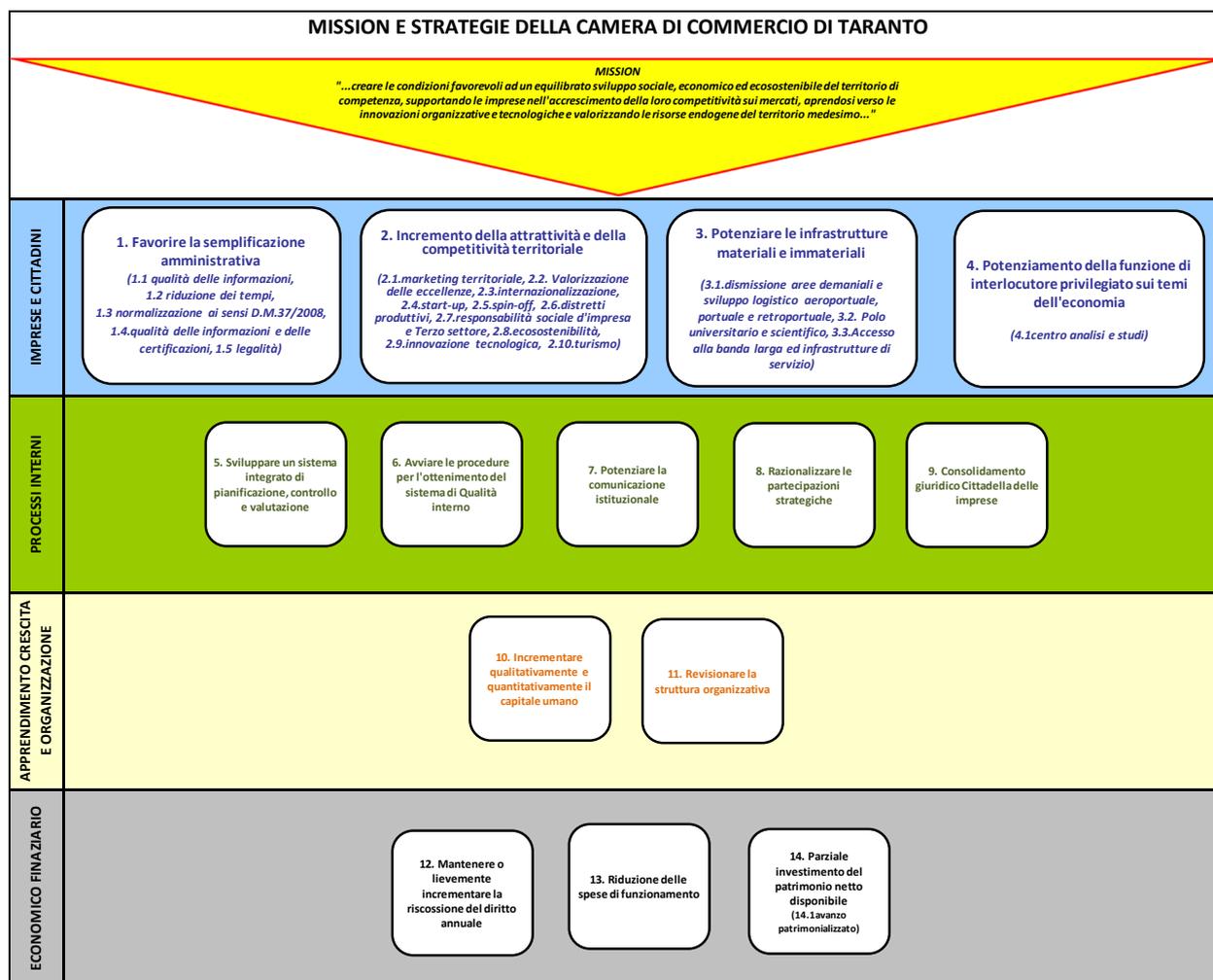
Tuttavia, per le ragioni già rappresentate (basso indice dimensionale della Camera di commercio di Taranto) è altresì necessario procedere contestualmente all'ampliamento della pianta organica, prevedendo un incremento di dotazione complessiva dalle attuali 52 unità ad almeno 71 unità, che consentirebbero in tal modo (fermi restando tutti i limiti normativi al reperimento di risorse umane) il raggiungimento di un indice di 1,67, prossimo alla media nazionale, in grado di assicurare, nel medio e lungo periodo, la sostenibilità dei carichi di lavoro istituzionali.

RELAZIONE PREVISIONALE E PROGRAMMATICA 2012

Strategie ed obiettivi della Camera di commercio di Taranto per l'anno 2012

Le aree strategiche: la policy della Camera per l'anno 2012

Le strategie camerali ed i connessi obiettivi strategici e operativi per l'anno 2012 rinvengono dal Piano pluriennale 2012 -2015 con il quale la Camera di commercio di Taranto ha definito le linee di intervento da perseguire nel corso del mandato dell'attuale *governance*, sintetizzate nella seguente matrice.



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

La presente relazione si focalizza, in particolare, sulla selezione e definizione delle azioni volte a perseguire gli obiettivi individuati per la prima annualità 2012 del predetto Piano.

PER UNA DESCRIZIONE COMPLETA E PER IL DETTAGLIO DELLE AZIONI SI RINVIA AL “PROGRAMMA PLURIENNALE 2012-2015” ED ALLE SINGOLE SCHEDE DI PROGRAMMAZIONE ANNUALE ALLEGATE.

AREA STRATEGICA IMPRESE E CITTADINI DELLA PROVINCIA DI TARANTO

1.FAVORIRE LA SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA

La qualità dei servizi offerti dalla Pubblica Amministrazione costituisce un fattore di competitività per il mondo produttivo. In particolare, in merito agli adempimenti anagrafici e certificativi di competenza della Camera, il sistema imprenditoriale richiede qualità, efficienza e semplificazione. Costituisce, perciò, obiettivo dell'Ente valorizzare il proprio ruolo nell'ambito dell'informatizzazione dei servizi, come leva strategica per semplificare, ridurre costi e tempi dei procedimenti, creare un ambiente favorevole alla crescita delle imprese.

1.1 Qualità delle informazioni. Normalizzazione dell'allineamento libri soci.

1.1.1.Normalizzazione dell'allineamento libri soci per garantire alle imprese la tenuta delle informazioni relative agli assetti societari

La legge 28 gennaio 2009, n. 2, di conversione del D.L. 29 novembre 2008, n.185, entrata in vigore il 29 gennaio 2009, ha aggiunto all'art. 16 del suddetto decreto i commi 12 quater e seguenti, per effetto dei quali viene soppresso, con decorrenza dal 30 marzo 2009, il libro dei soci delle società a responsabilità limitata e delle società consortili a responsabilità limitata.

Il Registro delle Imprese, dopo l'introduzione delle suddette disposizioni, deve essere in grado di assicurare queste funzioni e la certificazione di quegli elementi espressamente previsti dal vigente Codice civile. Poiché per disposizione nazionale il transito delle informazioni di riferimento è avvenuto con sistema semiautomatico a carico del legale rappresentante è necessaria a tutela del mercato una puntuale verifica dei dati immessi.

Si prevede per l'anno 2012 di dare avvio a tutte le azioni volte al raggiungimento dell'obiettivo.

1.2 Efficienza e riduzione dei tempi di lavorazione delle pratiche telematiche con riduzione delle fasi di lavoro

1.2.1.Procedere per categorie di codice atto, alla lavorazione delle sospensioni e dei rigetti in modalità telematica

L'anno 2012 sarà dedicato a ridurre le fasi del processo lavorativo e dei tempi all'interno delle fasi procedurali, nonché alla applicazione della certezza dei tempi di evasione a vantaggio dell'impresa.

1.3 Qualità delle informazioni. Normalizzazione ai sensi del D.M.37/2008 (che ha sostituito la L.46/90) per garantire le imprese di impiantistica ed evitargli problemi in fase di certificazione.

1.3.1.Normalizzazione delle visure delle imprese di installazione ex L.46/90 in assenza di norma transitoria che ne disciplini il passaggio

Per l'anno 2012 si prevede l'avvio di tutte le necessarie azioni operative.

1.4 Qualità delle informazioni e delle certificazioni rilasciate dall'ufficio.

1.4.1.Le cancellazioni di ufficio ai sensi del DPR 247/2004 e degli artt 2490 e 2495 del c.c.

Si prevede di procedere alla cancellazione delle imprese che rientrino nel target previsto nell'obiettivo operativo, dare tempestiva attuazione ai procedimenti citati ed attuare il processo di semplificazione ed

accelerazione delle procedure pubbliche nell'interesse prioritario del cittadino – utente. Tanto attraverso l'attivazione di tutte le azioni contemplate.

1.5 Legalità

1.5.1. Qualificare e promuovere il Registro imprese quale hub informativo verso le pubbliche amministrazioni per la garanzia della legalità

Le azioni che saranno avviate nel corso del 2012 comprenderanno iniziative di informazione e formazione rivolte alle Pubbliche amministrazioni nonché la predisposizione delle risorse per l'utilizzo gratuito degli applicativi avanzati (InBalance, re-visual, ecc.) per le PA coinvolte.

2. INCREMENTO DELLA ATTRATTIVITÀ E DELLA COMPETITIVITÀ TERRITORIALE

Totale risorse destinate €. 893.000,00

La lettura del contesto socio - economico di riferimento rappresenta il necessario punto di partenza nella costruzione delle politiche promozionali della Camera di commercio per l'anno 2012. Si ricorderà che l'art.2, comma 2, lettera c) della Legge 580/1993, come riformata dal D. Lgs. 23/2010, prevede esplicitamente fra le funzioni degli Enti camerali quella di "promozione del territorio e delle economie locali al fine di accrescerne la competitività". Tale compito, già peraltro connaturato all'attività dell'Ente ionico, costituisce di certo oggi uno degli scopi fondamentali della *mission* della Camera di commercio di Taranto, essendo quello della competitività territoriale l'obiettivo trasversale di ognuna delle linee strategiche descritte nella su riportata matrice. Ciò è tanto più vero per le policy espressamente promozionali per il cui perseguimento la Camera di commercio di Taranto ha programmato **specifiche strategie volte ad ottenere effetti moltiplicatori proprio sui due fattori di attrattività e competitività** per i quali Taranto – come descritto nella sezione relativa al contesto di riferimento esterno – non eccelle nel sistema nazionale.

2.1. Marketing territoriale

La crescente globalizzazione dell'economia mondiale ha reso la competizione economica sempre più aspra, trasformando i territori in veri e propri soggetti economici che operano in un ambiente internazionale altamente competitivo. I territori devono imparare a comunicare le proprie peculiarità all'esterno, in tal modo determinando un significativo stimolo allo sviluppo economico e attraendo capitali esterni. Il Marketing territoriale si pone, appunto, come uno strumento di promozione del territorio e di stimolo alla crescita economica locale. Pre-condizioni essenziali per rendere incisiva una attività di marketing dell'area provinciale sono certamente una buona burocrazia (semplice, rapida, efficace, innovativa) ed un mercato regolamentato e caratterizzato da elementi di certezza e trasparenza.

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.

Nel 2012 l'Ente camerale avvierà tutte le azioni finalizzate ad un efficiente monitoraggio dell'applicativo SUAP Infocamere e della gestione telematica dei procedimenti da parte dei Comuni in avvalimento ai

sensi del D.P.R. 160/2010. La Camera di commercio garantirà, inoltre, l'utilizzo gratuito dell'applicativo da parte delle predette Amministrazioni comunali.

2.1.2. Istituire un sistema di regole e servizi per il mercato immobiliare tarantino con connesso sistema di accreditamento degli operatori, sotto la supervisione della Camera di commercio quale Ente super partes
2.1.3 Istituzione di una Borsa immobiliare provinciale

Nel 2012 la Camera di commercio procederà alla sottoscrizione di quote nella Scpa Tecnoborsa, con l'obiettivo di istituire – nello stesso anno – una Borsa immobiliare provinciale in collaborazione con la menzionata società. Tanto al fine di istituire e successivamente mettere a regime un sistema di gestione del settore immobiliare a garanzia della trasparenza del mercato e della ottimizzazione dei servizi.

2.1.4. Definizione di un'offerta localizzativa integrata delle diverse aree per insediamenti produttivi presenti nei Comuni della provincia di Taranto

L'Ente avvierà nel 2012 una attività volta alla definizione di una piattaforma territoriale integrata per l'attrazione degli investimenti produttivi, diffusa nei comuni della provincia di Taranto, valorizzando in tal modo l'offerta insediativa attraverso azioni di diffusione della banda larga e definendo, infine, uno strumento di marketing territoriale condiviso dal sistema istituzionale ed economico locale.

2.2. Valorizzazione delle eccellenze

Le sfide poste da un mercato nazionale ed internazionale sempre più globalizzato, come già accennato, rendono ormai inderogabile lo sviluppo di una identità territoriale forte, soprattutto per aree provinciali come quella tarantina che, pur presentando realtà produttive di elevato livello qualitativo, non hanno ancora consolidato la pur necessaria capacità di “fare sistema” per competere nel mondo. Nell'intendimento programmatico camerale i settori produttivi locali devono, invece, essere inseriti in un vero e proprio sistema di selezione delle migliori iniziative imprenditoriali, finalizzato a reperire in una realtà così fortemente micro - frazionata le eccellenze aziendali tarantine.

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

Anche in preparazione ad Expo 2015, l'Ente sosterrà la creazione di un sistema di selezione delle eccellenze imprenditoriali locali, attuata da un tavolo settoriale ed intersettoriale, che si costituirà ed attiverà sin dal 2012 con finalità di realizzazione di azioni di supporto e promozione di tali eccellenze in ambiti fieristici nazionali ed internazionali.

2.3 Internazionalizzazione del sistema imprenditoriale

Le Camere di commercio svolgono una funzione essenziale nel mettere in atto azioni di informazione, assistenza, promozione e supporto delle piccole e medie imprese che intendano accedere ai mercati internazionali. Compito degli Enti camerali è, infatti, proprio quello di favorire tale processo di internazionalizzazione attraverso molteplici attività ed in collaborazione con numerosi soggetti istituzionali. Questa specifica attribuzione, già assolta sin dagli anni Novanta, è stata peraltro esplicitamente ribadita dal Decreto legislativo n. 23 del 25 febbraio 2010 che, all'art.2, comma 2, lettera e), prevede che le Camere di commercio, singolarmente o in forma associata, svolgano le funzioni e i

compiti relativi al **“supporto all'internazionalizzazione per la promozione del sistema italiano delle imprese all'estero, raccordandosi, tra l'altro, con i programmi del Ministero dello sviluppo economico”** (esempio di tale raccordo è costituito dall'Intesa operativa annualmente sottoscritta dal menzionato MISE, al quale sono, allo stato, attribuite importanti competenze per la gestione delle attività dell'ex Istituto nazionale per il Commercio estero – ICE, e da Unioncamere).

2.3.1. Favorire la conoscenza dei Paesi, dei settori, delle opportunità e degli strumenti per consentire un accesso consapevole delle Pmi ai mercati internazionali

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

Nel corso del 2012, attraverso una complessa serie di azioni di analisi, promozione e formazione, la Camera di commercio darà avvio ad una strategia volta all'incremento dei contatti finalizzati al miglioramento dell'interscambio commerciale con l'estero delle Pmi locali, allo sviluppo della rete internazionale di logistica e della distribuzione organizzata ed alla costituzione di Consorzi export di I e II livello o di “contratti di rete”.

2.4. Start up

2.4.1. Incentivare la creazione d'impresa

2.4.2. valorizzare il patrimonio innovativo locale

2.4.3. sviluppare l'imprenditorialità femminile

2.4.4. promuovere la nascita e lo sviluppo di nuove imprese giovanili in stretto raccordo con le proposte progettuali finanziate dalla Regione nell'ambito della sue politiche di attivazione giovanile (Bandi Principi Attivi, Start Cup, Start up)

Finalità delle azioni connesse a tali obiettivi operativi è quella di ampliare la base imprenditoriale locale, incoraggiando la creazione d'impresa anche in ambiti non tradizionali, diffondendo la cultura dell'imprenditorialità a livello giovanile. Tanto attraverso una articolata attività di incentivazione, informazione/formazione e *scouting* che nel 2012 avrà come target le imprese femminili.

2.5. Spin-off

2.5.1. Promuovere la nascita e lo sviluppo di nuove imprese innovative attraverso la costituzione di imprese spin off accademici e/o industriali.

Lo scopo precipuo del presente obiettivo è, sin dal 2012, quello di attivare una collaborazione con le Università presenti sul territorio (Università degli Studi di Bari, Università del Salento, Politecnico di Bari) al fine di costituire spin off in diversi settori (almeno uno nell'anno considerato), anche attraverso l'acquisizione di quote di minoranza nel capitale sociale delle neo costituite da parte di soggetti specializzati, al fine di rendere commercializzabili i risultati della ricerca mediante applicazioni ad alto contenuto tecnologico.

2.6. Distretti Produttivi

2.6.1. Promuovere, sostenere e favorire le imprese sotto l'aspetto della competitività, dell'innovazione, dell'internazionalizzazione, attraverso l'aggregazione tra imprese operanti nei settori: ambiente e logistica e dei servizi ad essi connessi (con particolare riguardo anche alla finanza ed alla formazione)

Le azioni che la Camera di commercio di Taranto porterà avanti nel 2012 sono finalizzate ad affiancare e supportare le compagini costitutive dei Distretti produttivi aventi sede nella provincia di Taranto e

riconosciuti a livello regionale nella fase di definizione delle rispettive attività, anche attraverso l'erogazione di contributi a bando.

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

Preventivamente alla emanazione del bando regionale per la creazione dei Distretti urbani del commercio di cui al Regolamento Regione Puglia n.15/2011, la Camera di commercio intende svolgere adeguata attività di sensibilizzazione propedeutica alla costituzione di un Distretto, previa sottoscrizione dell'accordo previsto dall'art.4 del Regolamento e promosso dall'Amministrazione comunale e dagli operatori commerciali dell'area rappresentati da Associazioni di categoria.

2.7. Responsabilità sociale d'impresa e Terzo settore

Le Camera di commercio intende dare corso nel 2012 ad una serie di azioni finalizzate alla diffusione sul territorio dei **principi della Responsabilità Sociale** delle Imprese (Corporate Social Responsibility - CSR), quale fattore di crescita e di innalzamento dei livelli di competitività del sistema economico locale attraverso un **approccio volontario delle aziende** a tali concetti. L'impegno della Camera è, dunque, quello di promuovere la cultura della responsabilità sociale presso gli operatori economici ed istituzionali, sensibilizzando il territorio con iniziative formative ed informative, sui temi sociali ed ambientali. Tale scopo è fra quelli precipui del **Comitato per la valorizzazione dell'imprenditorialità sociale**, recentemente costituito presso la Camera di commercio.

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

Sostanziata dalla costituzione nell'anno 2011 del Comitato per la valorizzazione dell'imprenditorialità sociale, l'attività prevista dai presenti obiettivi operativi è finalizzata al miglioramento del sistema di relazione fra Terzo settore e contesto istituzionale – economico locale, anche attraverso l'avvio e la realizzazione di progetti – pilota integrati; all'incremento del livello di conoscenza quali – quantitativa del Terzo settore, attraverso attività di formazione/informazione ed analisi; all'ampliamento, infine, della base imprenditoriale locale, incentivando la creazione d'impresa in ambiti non tradizionali. Tutte le azioni connesse saranno avviate nel 2012, includendo anche la contribuzione allo start up di imprese sociali sul territorio tarantino.

2.8. Ecosostenibilità

È ormai evidente come la questione ambientale – già richiamata quale fattore limitante della crescita e dell'attrattività territoriale – imponga agli attori economici ed istituzionale la necessità di disegnare una visione di gestione e sviluppo della provincia nella quale il concetto di sostenibilità, lungi dall'essere relegato all'ambiente, diventa colonna portante di una nuova economia strettamente legata ai bisogni reali del territorio. In tale prospettiva l'Ente camerale intende condurre a compimento una progettualità di ampio respiro che si concretizza nell'ottenimento per l'intero territorio provinciale di una certificazione di qualità ambientale quale **strumento per lo sviluppo sostenibile**.

2.8.1. Facilitare la crescita di una economia ecosostenibile, promuovendo azioni di rete e di indirizzo generale

La valorizzazione del tema ambientale in ottica imprenditoriale sarà perseguita nel corso del 2012 attraverso l'avvio di azioni volte, da un lato, alla istituzione di un gruppo di studio e indirizzo sullo smaltimento ed il riutilizzo delle acque reflue in agricoltura; dall'altro, alla redazione di un documento di identificazione del territorio e certificazione ambientale del territorio

2.9. Innovazione tecnologica

Il tema dell'innovazione è una delle grandi sfide che il Sistema camerale si è posto per i prossimi anni, in coerenza con la programmazione comunitaria. Sulla stessa linea, la Camera di Taranto persegue naturalmente azioni di supporto alla diffusione dell'innovazione (fra esse, ad esempio, i contributi diretti previsti per lo start up di imprese che utilizzino brevetti registrati, ma anche l'attività regolarmente svolta come Ufficio provinciale Brevetti e Marchi) e per l'anno 2012 programmerà iniziative di promozione del trasferimento tecnologico sia per le imprese già esistenti sia finalizzate alla nascita di nuove imprese innovative.

2.9.1. La diffusione della cultura dell'innovazione nelle imprese attraverso l'implementazione di un "PRODOTTO-SERVIZIO" teso a sostenere e a realizzare processi di ricerca industriale, sviluppo sperimentale, innovazione di prodotto/processo/organizzativo e trasferimento tecnologico con l'assistenza tecnica di soggetti specializzati (ad esempio, holding che abbiano quale mission aziendale la promozione di nuova impresa innovativa)

Il presente obiettivo si sostanzierà nel 2012 in un complesso di azioni indirizzate alla promozione della cultura dell'innovazione tra le imprese locali, alla formazione manageriale sulla "gestione dei progetti di innovazione aziendale" ed a favorire l'incontro tra domanda e offerta di innovazione.

2.10 Turismo

Fra le molteplici attività a favore dello sviluppo del comparto turistico dal 2007 con la sottoscrizione di due successivi protocolli d'intesa, l'Ente camerale ha condotto una complessa azione di coordinamento delle istanze territoriali di promozione del settore, riunite nel Tavolo istituzionale per il turismo di Taranto. L'obiettivo di definire un piano di azioni a breve e medio termine finalizzate a valorizzare l'offerta turistica dell'area jonica attraverso la pianificazione, **il coordinamento e l'avvio di attività che investono il comparto nelle varie aree di intervento, è stato soddisfatto, considerato anche l'importante risultato raggiunto in termini di creazione di un vero e proprio network di operatori d'eccellenza** ormai avvezzi al lavoro in team. Un obiettivo ambizioso, dunque – quello di rendere sistematico e proficuo anche sotto il profilo economico il vastissimo ventaglio di iniziative provinciali in ambito turistico- che, con nuovi interlocutori quali possono essere i G.A.L., la Camera di commercio perseguirà anche nel 2012. Analogamente, per il 2012, è confermato l'obiettivo di certificazione di qualità delle strutture ricettive.

2.10.1. Qualificare e promuovere l'offerta turistica territoriale, le peculiarità storico – culturali ed i prodotti tipici per la loro funzione di attrattori turistici

Si intende dare attuazione nell'anno di riferimento ad iniziative di certificazione di qualità di prodotti e strutture ricettive, includendo fra le azioni rilevanti l'assegnazione del marchio di qualità per le imprese turistiche "Ospitalità italiana" (rinnovi e nuove assegnazioni), l'emanazione di un bando per la valorizzazione dei prodotti e dell'ospitalità tipica, nonché le attività volte al riconoscimento del marchio europeo di qualità "Cozza tarantina".

2.10.2. Attuazione del Protocollo d'intesa sul turismo in collaborazione con i Gruppi di azione locale "Terre del primitivo", "Colline Joniche" e "Luoghi del mito" con attenzione alla promozione dei prodotti tipici per la loro funzione di attrattori turistici

Nel 2012 sarà sottoscritto dalla Camera di commercio di Taranto un nuovo Protocollo d'intesa sul turismo, che prevede, oltre alla realizzazione di una serie di eventi di natura promozionale, anche la partecipazione nella costituzione del S.T.L. (Sistema Turistico Locale) di cui al Regolamento regionale n. 14 del 4/07/2011.

3. POTENZIARE LE INFRASTRUTTURE MATERIALI E IMMATERIALI

Totale risorse destinate €. 70.000,00

3.1. Dismissione aree demaniali e sviluppo logistico portuale e retroportuale

Il D.lgs. 28 maggio 2010, n. 85 (c.d. Federalismo Fiscale) ha previsto la possibilità di attribuire ai comuni, le province, le città metropolitane e le regioni, i beni statali secondo criteri di territorialità, sussidiarietà, adeguatezza, semplificazione, capacità finanziaria, correlazione con competenze e funzioni ed, infine, di valorizzazione ambientale. Si tratta del primo decreto attuativo del federalismo fiscale che traccia il quadro normativo utile al trasferimento, a titolo non oneroso, della proprietà dei beni statali agli enti locali secondo i principi sopra richiamati e, in primis, del principio di sussidiarietà.

Tale quadro normativo, unitamente a considerazioni di convenienza economica, hanno portato la Camera di commercio di Taranto a prevedere una collaborazione con l'Amministrazione centrale e locale, al fine di progettare e programmare la progressiva liberalizzazione di tali aree perlopiù inutilizzate e destinate alla definitiva obsolescenza, a favore di nuove destinazioni con finalità produttive ed economiche.

L'Ente, ha difatti già avviato una serie di attività propedeutiche con la Marina Militare per acquisire l'area, confinante con la Cittadella delle Imprese, denominata "Torre d'Ayala" che, per la sua contiguità, potrebbe consentire la realizzazione di ulteriori infrastrutture al servizio degli operatori economici locali, area già interessata da un Protocollo d'Intesa tra Ministero della Difesa e Comune di Taranto che prevede il coinvolgimento anche di altri soggetti, la cui azione sia comunque rivolta al perseguimento di scopi di carattere istituzionale ovvero di pubblico interesse.

Parimenti strategico risulta lo sviluppo delle aree retro portuali al fine di creare condizioni favorevoli di sviluppo di un settore economico, quale quello legato alle attività del Porto di Taranto, di rilevante portata che, attualmente, attraversa un momento di crisi importante.

In tale ambito si collocano le iniziative Distripark ed Agromed, piattaforme logistiche retroportuali finalizzate alla captazione di flussi merceologici che consentano il rilancio economico dell'intero comparto. Analogamente, significativo impulso si continuerà ad imprimere alle azioni volte allo sviluppo dei traffici di natura civile - oltre che commerciale - dell'Aeroporto di Grottaglie a servizio della domanda generata dal proprio territorio di riferimento, anche in relazione all'auspicato incremento, da un lato, dell'intermodalità, dall'altro dei flussi turistici in entrata.

3.1.1. Contribuire ad assicurare l'equilibrio economico della S.c.a r.l. partecipata dalla Camera di commercio "Distripark Taranto", favorendo la messa a regime delle attività di sviluppo della una piattaforma logistica retroportuale prevista dallo scopo sociale

In particolare, anche per l'anno 2012 la Camera di commercio garantirà il versamento del contributo straordinario annuale a salvaguardia dell'equilibrio economico della Società partecipata.

3.2. Polo universitario e scientifico

3.2.1. *Concorrere al funzionamento ed allo sviluppo del Polo universitario di Taranto ai sensi dell'Accordo triennale sottoscritto in data 21/10/2011*

Oltre a rivestire un importante ruolo partenariale per l'attuazione "Polo tecnologico – scientifico Magna Grecia", altro impegno finalizzato all'ampliamento della base infrastrutturale immateriale è certamente l'attuazione delle parti di competenza del nuovo Accordo per il consolidamento del Polo universitario ionico, che vedrà nel 2012 l'Ente camerale partecipe - come già nel triennio precedente - di una serie di azioni volte a garantire la stabilizzazione e la crescita (concessione gratuita dei locali all'Istituto per la storia e l'archeologia della Magna Grecia, versamento di un contributo per le attività del Polo, attivazione di tirocini formativi e di orientamento).

3.3. Accesso alla banda larga ed infrastrutture di servizio

Lo sviluppo dell'utilizzo della banda larga è un obiettivo di grande rilievo per l'Ente che, con il progetto "Taranto Innova: innovazione per le PMI attraverso la banda larga" a valere sull'Accordo MISE – Unioncamere 2010, ha già impegnato risorse per gli anni 2011 e 2012 per la riduzione del divario digitale in quanto fattore di emarginazione di fasce di popolazione e di aree economiche (turistiche, industriali e rurali) dai flussi di informazione e dall'economia della conoscenza. Il supporto agli investimenti in grado di attuare l'avvento delle reti a banda larga e ultra – larga idonee e consentire l'abbattimento del digital divide è, dunque, per la Camera di commercio un'altra delle azioni propedeutiche fondamentali per incrementare attrattività e competitività del territorio.

Sempre nella prospettiva strategica di migliorare i fattori di competitività, garantendo alle imprese locali la costruzione di un sostrato infrastrutturale utile a diminuire le disomogeneità che frenano la produttività e ostacolano gli investimenti, l'Ente camerale risulterà impegnato nel 2012, di concerto con le rispettive amministrazioni locali, in interventi a favore della migliore fruizione delle infrastrutture di servizio alle imprese realizzate con fondi pubblici e ad oggi non pienamente utilizzate (mercato all'ingrosso dei prodotti ortofrutticoli, Centro tessile di Martina Franca, Centro servizi per l'agricoltura, centri servizi per aree PIP).

4. POTENZIAMENTO DELLA FUNZIONE DI INTERLOCUTORE PRIVILEGIATO SUI TEMI DELL'ECONOMIA

Totale risorse destinate €. 20.000,00

4.1. Centro analisi e studi

4.1.1. *Implementare la completezza e la tempestività dell'informazione economica*

4.1.2. *Migliorarne la diffusione pubblica*

Il Centro analisi e studi dell'Ente – già fondamentale emanazione provinciale del Sistema statistico nazionale - sarà potenziato nel corso del 2012 principalmente a livello di capacità comunicativa verso l'esterno, assumendo sempre più le caratteristiche di un vero e proprio Osservatorio economico in grado di valorizzare il patrimonio informativo camerale con strumenti di comunicazione periodici e standardizzati tanto nella forma - prevalentemente telematica - che nella tempistica di rilascio.

AREA STRATEGICA PROCESSI INTERNI ALL'ENTE CAMERALE

5. SVILUPPARE UN SISTEMA INTEGRATO DI PIANIFICAZIONE, CONTROLLO E VALUTAZIONE

Totale risorse destinate €. 20.000,00

5.1. Realizzazione e gestione del Ciclo di gestione della performance in applicazione del D.lgs.n.150/2009

Il decreto legislativo 150/2009, meglio noto come “riforma Brunetta”, ha realizzato un importante processo di innovazione per le pubbliche amministrazioni che prevede l'introduzione di un ciclo generale di gestione delle performance. Tale ciclo consiste nell'insieme delle attività finalizzate a garantire l'indirizzo, il coordinamento e il controllo dell'operato di una Pubblica Amministrazione e quindi anche dell'Ente camerale. Le attività che compongono il ciclo di gestione della performance sono riconducibili a cinque fasi che costituiscono un riferimento al tempo stesso logico e temporale:

1. pianificazione strategica; 2. programmazione e controllo; 3. misurazione e valutazione della performance organizzativa; 4. performance individuale e gestione delle risorse umane; 5. rendicontazione e trasparenza. L'obiettivo in argomento si concretizza quindi nell'individuazione di strumenti, azioni, fasi, soggetti che assicurino l'attuazione e la piena operatività e, infine, la completa gestione del Ciclo della performance nell'Ente camerale.

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

L'importante obiettivo sarà perseguito nel 2012 attraverso la nomina dell'Organismo indipendente di valutazione, l'adozione del Piano della performance (triennale) e del Sistema di misurazione e valutazione della performance.

6. AVVIARE LE PROCEDURE PER L'OTTENIMENTO DEL SISTEMA DI QUALITÀ INTERNO

Totale risorse destinate €. 19.000,00

6.1 Sistema di qualità interno

6.1.1. Avviare un nuovo processo organizzativo finalizzato al riconoscimento della Certificazione di qualità conforme alle norme UNI ISO 9001:2000 per la Camera di commercio di Taranto a partire dalle Aree anagrafica ed amministrativo - contabile

7. POTENZIARE LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

Totale risorse destinate €. 10.000,00

Risulta oramai necessario promuovere in modo sistematico, innovativo, aggiornato, tempestivo e mirato l'immagine e l'attività dell'Ente a livello locale, nazionale ed internazionale, anche in relazione alla convenienza di migliorare l'accesso ai servizi offerti ed alla opportunità di raggiungere le finalità di trasparenza proprie dell'e - *government*. Gli obiettivi camerale in tal senso si esplicano già nel 2012 nella promozione dell'immagine pubblica della Camera di commercio e nella valorizzazione della interlocuzione con le Associazioni di categoria, nella diversificazione ed estensione della conoscenza dell'attività e del ruolo dell'Ente, nel miglioramento della percezione del ruolo camerale nell'utente professionista e nell'imprenditore e nella valorizzazione di quest'ultimo attraverso la pubblicizzazione di *best practices* imprenditoriali, nonché degli ambiti di accoglienza, ascolto, erogazione di informazioni, verifica e monitoraggio continuo dei bisogni e del grado di soddisfazione degli utenti tanto nel contesto della Cittadella, quanto in quello virtuale del sito web dell'Ente – che a partire dal 2012 sarà soggetto ad un intenso processo di revisione secondo le più recenti direttive ministeriali.

Il potenziamento della comunicazione verrà realizzato, stanti i noti vincoli all'utilizzo di forme tradizionali di pubblicità, attraverso i più moderni strumenti di tipo telematico, essenzialmente utilizzando newsletter e pubblicazioni anche in forma digitale.

7.1 Comunicazione istituzionale

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

Gli obiettivi operativi saranno perseguiti attraverso la realizzazioni di azioni di professionalizzazione della newsletter camerale e di *customer satisfaction*. Inoltre, sarà realizzata almeno una pubblicazione dedicata all'imprenditoria locale.

8. RAZIONALIZZARE LE PARTECIPAZIONI STRATEGICHE

8.1. Ottimizzazione delle risorse investite negli Enti partecipati

8.1.1. Ridimensionamento delle partecipazioni rispetto alle priorità dell'Ente

La Camera intende nei prossimi anni fare in modo che le risorse investite nelle società partecipate siano ottimizzate e che gli obiettivi posti siano coerenti e funzionali, per quanto possibile, alle priorità dell'Ente.

Con la finalità di rispondere in maniera sempre più soddisfacente alle attese delle imprese, liberando ulteriori risorse da investire, l'Ente camerale intende dare avvio nel 2012 ad un processo di razionalizzazione strategico del patrimonio mobiliare.

9. CONSOLIDAMENTO GIURIDICO CITTADELLA DELLE IMPRESE

La "Cittadella delle Imprese", infrastruttura in cui opera la Camera di commercio di Taranto, inaugurata nel 2003, è stata quasi interamente realizzata con risorse europee (POR Puglia 2000-2006), nazionali e del sistema camerale.

Essa rappresenta un esempio di eccellenza in termini di utilizzo di risorse esterne al bilancio, fatta oggetto di apprezzamenti e riconoscimenti pubblici da parte di osservatori qualificati, considerata prototipo nazionale di razionalizzazione dei servizi camerali.

L'intera struttura, tuttavia, si colloca su un'area demaniale, appartenente quindi al patrimonio dello Stato, che, grazie agli interventi strutturali dell'Ente, ha acquisito, un valore aggiunto in termini di utilizzo di beni pubblici per scopi di pubblico interesse.

Il complesso immobiliare necessita, però, di importanti interventi di manutenzione straordinaria su alcune strutture preesistenti, poi inglobate nella "Cittadella delle imprese", rappresentate dal Padiglione tensostatico, dal Centro Congressi e dal Centro Servizi. Tali interventi, dal costo stimato in 8 milioni di euro, dovranno riguardare la copertura del Padiglione tensostatico (per ragioni legate alle caratteristiche intrinseche degli elementi strutturali impiegati per la realizzazione), nonché la riconversione del Centro congressi e del primo piano del Centro Servizi, limitatamente alla parti di edificio non utilizzate.

Tutti gli immobili che insistono sull'area della Cittadella, però, non possono essere iscritti a patrimonio nel bilancio dell'Ente, fino a quando l'Ente medesimo non avrà acquisito il titolo di proprietà del fondo.

La Camera procederà, dunque, sin dal 2012, nei confronti dell'Agenzia del Demanio, all'attivazione delle procedure finalizzate al perfezionamento del titolo di acquisto del terreno, che consentirà così alla

Camera di commercio di Taranto di acquisire definitivamente il diritto di proprietà dell'area, patrimonializzando, in tal modo, l'intero complesso immobiliare.

Attualmente, a fronte dell'irreversibile destinazione a finalità di pubblico servizio del sito della Cittadella delle imprese, che in questo momento – è bene ricordare – fa parte del patrimonio statale, si rende opportuno procedere all'acquisizione del suolo su cui insiste tale complesso edilizio, anche nell'ambito del programma di dismissioni promosso a livello nazionale – o, in via subordinata, alla stipula di un contratto di locazione ultradecennale - atteso che in tal modo, oltre che **rendere “giuridicamente” definitiva la predetta destinazione**, si consentirebbe all'Ente camerale anche la patrimonializzazione del rilevante investimento di risorse, anche se di natura esterna, impiegate per la realizzazione del suddetto agglomerato infrastrutturale, che peraltro necessita di **importanti interventi di manutenzione su alcune strutture preesistenti**, poi inglobate nella “Cittadella delle imprese” (Padiglione Tensostatico, Centro Congressi e Centro Servizi).

9.1.Acquisizione in proprietà dell'area della Cittadella delle Imprese già in assegnazione ed acquisizione area confinante denominata “Torre d’Ajala” e porzione restante della “ex Fiera del Mare”.

9.1.1.Trattativa con i soggetti interessati (Agenzia del Demanio, Marina Militare, Comune di Taranto). Risoluzione problematiche amministrative, giuridiche e finanziarie

Dal 2012 saranno predisposti studi di prefattibilità, elaborati tecnico – progettuali, contratti ed altri atti e provvedimenti amministrativi collegati. Sarà anche verificata, con la finalità di stipulare i relativi contratti di compravendita o cessione – ovvero, in via subordinata per l'area della Cittadella delle imprese, un contratto di locazione a lungo termine – la compatibilità delle risorse finanziarie con le descritte operazioni.

AREA STRATEGICA APPRENDIMENTO, CRESCITA E ORGANIZZAZIONE DELLA CAMERA DI COMMERCIO

10. INCREMENTARE QUALITATIVAMENTE E QUANTITATIVAMENTE IL CAPITALE UMANO

10.1.Incremento pianta organica, nuove assunzioni e attivazione corsi di formazione permanente

Come evidenziato nell'analisi del contesto di riferimento interno, la realizzazione degli obiettivi programmatici andrà inesorabilmente ad impattare con una problematica di fondamentale importanza per l'Ente, rappresentata dalla carenza di risorse umane, che ha raggiunto, ormai, il livello di guardia. Obiettivo della Camera di commercio, dato il basso indice dimensionale sopra richiamato (pari a 0,93 a fronte della media nazionale di 1,47) è, dunque, quello di incrementare la pianta organica, attivando, altresì, corsi di formazione permanente. Operativamente, la Camera, procedendo alla redazione della nuova pianta organica e del Piano triennale del fabbisogno di personale previsto dalla normativa vigente, prevederà una dotazione complessiva che passa dalle attuali 52 unità ad almeno 71 unità determinando il raggiungimento di un indice di 1,67, prossimo alla media nazionale, in grado di assicurare, nel medio e lungo periodo, la sostenibilità dei carichi di lavoro istituzionali. Nel frattempo, posto che il fabbisogno di risorse umane dell'Ente è riferito quasi esclusivamente a personale di categoria D, tenuto conto del vincolo di cui alla normativa citata innanzi e considerato il valore delle cessazioni intervenute, sarà possibile procedere a n.6 nuove assunzioni, di cui il 50% potrà essere riservato alla valorizzazione del personale interno, secondo quanto previsto dall'art.24 del d.lgs.27.10.2009, n.150 e dall'art.52, comma 1-bis del d.lgs. 30.3.2001, n.165.

10.1.1.Redazione nuova pianta organica e Piano triennale del fabbisogno di personale. Avvio procedure assunzione dall'esterno e delle progressioni verticali. Svolgimento procedure concorsuali. Attivazione corsi di formazione permanente per il personale interno

Nel 2012, la Camera intende approvare i procedimenti finalizzati alla deliberazione da parte dell'Organo competente (Consiglio camerale) dell'incremento della pianta organica, del piano triennale del fabbisogno, della indizione di assunzioni di personale dall'esterno e per progressione verticale. Saranno, inoltre, attivati corsi di formazione per il personale.

11. REVISIONARE LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA

11.1.Ridefinizione delle Aree Organizzative

11.1.1.Analisi dell'attuale contesto e valutazione della ripartizione degli uffici e delle competenze tra le aree alla luce delle nuove attività istituzionali (SUAP, Media Conciliazione, etc.)

Nel 2012 si darà avvio ad un processo di razionalizzazione delle competenze, attraverso l'analisi della ripartizione degli uffici e dei carichi di lavoro tra le varie aree funzionali dell'Ente.

AREA STRATEGICA AMBITO ECONOMICO – FINANZIARIO

12. MANTENERE O LIEVEMENTE INCREMENTARE LA RISCOSSIONE DEL DIRITTO ANNUALE

12.1.Incremento dell'incasso complessivo rinveniente dal diritto annuale

L'obiettivo da raggiungere nel 2012 attraverso azioni finalizzate a migliorare l'incasso spontaneo come la gestione sistematica dei ritorni postali informative con inserimento indirizzo alternativo di recapito ai fini del successivo invio, l'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, la notifica (e incasso) allo sportello di atti di accertamento per violazioni del diritto annuale delle imprese che vogliono mettersi in regola, è un incremento non inferiore allo 0,10% rispetto agli incassi dell'anno precedente.

Anche per la riscossione coattiva l'obiettivo da raggiungere nel 2012 è quello di incrementare almeno dello 0,10% gli incassi attraverso azioni di puntuale verifica delle posizioni a ruolo, al fine di arrivare se non all'eliminazione, almeno ad una forte riduzione delle problematiche relative al programma di accertamento in uso, così da ridurre al minimo il contenzioso e gli annullamenti in autotutela, insieme ad una verifica delle società di capitali cancellate, al fine di procedere ad una riscossione, in linea con le nuove interpretazioni giurisprudenziali, con notifica ai soci di atti contestuali di accertamento e irrogazione di sanzione in caso di avvenuto riparto indicato nel bilancio finale di liquidazione depositato al Registro delle imprese.

Allegati:

- *Schede di programmazione strategica e documentazione di riferimento*

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	1. Favorire la semplificazione amministrativa
------------------------	---

OBIETTIVO STRATEGICO	1.1 Qualità delle informazioni. Normalizzazione dell'allineamento libri soci
-----------------------------	--

OBIETTIVO OPERATIVO	<p>1.1.1. Normalizzazione dell'allineamento libri soci per garantire alle imprese la tenuta delle informazioni relative agli assetti societari. La legge 28 gennaio 2009, n. 2, di conversione del D.L. 29 novembre 2008, n.185, entrata in vigore il 29 gennaio 2009, ha aggiunto all'art. 16 del suddetto decreto i commi 12 quater e seguenti, per effetto dei quali viene soppresso . con decorrenza dal 30 marzo 2009 il libro dei soci delle società a responsabilità limitata e delle società consortili a responsabilità limitata</p> <p>Il Registro delle Imprese, dopo l'introduzione delle suddette disposizioni, deve essere in grado di assicurare queste funzioni e la certificazione di quegli elementi espressamente previsti dal vigente Codice civile. Poiché per disposizione nazionale il transito delle informazioni di riferimento è avvenuto con sistema semiautomatico a carico del legale rappresentante è necessaria a tutela del mercato una puntuale verifica dei dati immessi</p>
----------------------------	--

UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Area anagrafica
---	-----------------

RISULTATI ATTESI	<p>1. Invito all'impresa in caso di mancato adempimento</p> <p>2. Regolarizzazione in caso di situazione non conforme fra il capitale versato risultante dall'elenco soci e quanto riportato in visura ordinaria</p>
-------------------------	--

AZIONI	1. Estrazione elenchi e visure ed istruttoria per permettere la riorganizzazione per interventi omogenei
	2. Predisposizione inviti alla regolarizzazione
	3. Verifica dello stato di fatto

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	Estrazioni e lavorazione consequenziale	✓
AZIONE 2	Note	✓
AZIONE 3	Report	-

Destinazione risorse all'obiettivo previsto nell'ambito degli oneri di funzionamento

SCHEMA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	1. Favorire la semplificazione amministrativa
OBIETTIVO STRATEGICO	1.2 Efficienza e riduzione dei tempi di lavorazione delle pratiche telematiche con riduzione delle fasi di lavoro
OBIETTIVO OPERATIVO	1.2.1.Procedere per categorie di codice atto, alla lavorazione delle sospensioni e dei rigetti in modalità telematica
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Area Anagrafica
RISULTATI ATTESI	1.Riduzione delle fasi del processo lavorativo 2. Riduzione dei tempi all'interno delle fasi procedurali 3.Applicazione della certezza dei tempi di evasione a vantaggio dell'impresa
AZIONI	1.Analisi periodica delle fasi del processo, adozione di correttivi e standardizzazione dei contenuti 2.Acquisizione dello strumento e formazione 3.Identificazione delle categoria dei codici atto e verifica semestrale con adozione dei correttivi 4.Sviluppo di un sistema che coinvolga la maggior parte dei modelli

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	Report	✓
AZIONE 2	Training ed avvio della procedura	✓
AZIONE 3	Monitoraggio semestrale	2
AZIONE 4	Attuazione del sistema	-

Destinazione risorse all'obiettivo previsto nell'ambito degli oneri di funzionamento

SCHEMA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	1. Favorire la semplificazione amministrativa
OBIETTIVO STRATEGICO	1.3 Qualità delle informazioni. Normalizzazione ai sensi del D.M.37/2008 (che ha sostituito la L.46/90) per garantire le imprese di impiantistica ed evitargli problemi in fase di certificazione
OBIETTIVO OPERATIVO	1.3.1. Normalizzazione delle visure delle imprese di installazione ex L.46/90 in assenza di norma transitoria che ne disciplini il passaggio
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Area Anagrafica
RISULTATI ATTESI	1. Invito alla presentazione della Scia di regolarizzazione da parte delle imprese citate 2. Cancellazione delle imprese irregolarmente iscritte. (connesso a 1.5 Qualità delle informazioni)
AZIONI	1. Campagna di sensibilizzazione 2. Estrazione dell'elenco dei codici Ateco pertinenti dalla banca dati Ulisse per anni di riferimento e delle visure procedendo all'istruttoria delle singole pratiche 3. Invito alla regolarizzazione 4. Istruttoria ed evasione delle pratiche telematiche 5. Inibizione e cancellazione per le ditte individuali. (connesso a 1.5 Qualità delle informazioni) ed inattivazione per le Società

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	Comunicazione	✓
AZIONE 2	Estrazione delle posizioni e lavorazione consequenziale	✓
AZIONE 3	Report sulla percentuale di accoglimento dell'invito alla regolarizzazione	✓
AZIONE 4	Monitoraggio	✓
AZIONE 5	Predisposizione provvedimento	✓
Destinazione risorse all'obiettivo previsto nell'ambito degli oneri di funzionamento		

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	1. Favorire la semplificazione amministrativa
OBIETTIVO STRATEGICO	1.4 Qualità delle informazioni e delle certificazioni rilasciate dall'ufficio
OBIETTIVO OPERATIVO	1.4.1. Le cancellazioni di ufficio ai sensi del DPR 247/2004 e degli artt 2490 e 2495 del c.c.
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Area Anagrafica
RISULTATI ATTESI	<p>1. Procedere alla cancellazione delle imprese che rientrino nel target previsto nell'obiettivo operativo</p> <p>2. Dare tempestiva attuazione ai procedimenti citati</p> <p>3. Attuare il processo di semplificazione ed accelerazione delle procedure pubbliche nell'interesse prioritario del cittadino – utente</p>
AZIONI	<p>1. Interazione con il Tribunale</p> <p>2. Monitoraggio annuale</p> <p>3. Introduzione della telematica nello scambio della documentazione attraverso PEC ed adozione di semplificazione condivise per gli adempimenti.</p> <p>4. Estrazione elenchi mirati da Infocamere</p> <p>5. Avviamento delle procedura di notifica con introduzione della PEC</p> <p>6. Provvedimento Conservatore</p> <p>7. Predisposizione bozza provvedimento del Giudice Delegato al Registro delle Imprese</p> <p>8. Comunicazione all'Ufficio delle Entrate del consolidamento delle cancellazioni per la regolarizzazione della posizione tributaria</p>

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	Costituzione del tavolo	✓
	Rinnovo e attualizzazione della convenzione	✓
AZIONE 2	Report annuale	✓
AZIONE 3	Info - telematizzazione delle procedure	✓
AZIONE 4	Richiesta annuale della estrazione per il 247/2004 e per gli artt. 2490 e 2495 ad Infocamere	✓
AZIONE 5	Monitoraggio trimestrale dell'incremento delle notifiche tramite sistema misto	4
AZIONE 6	Predisposizione bozza	✓
AZIONE 7	Predisposizione bozza	✓
AZIONE 8	Numero di comunicazioni	100
<i>Destinazione risorse all'obiettivo previsto nell'ambito degli oneri di funzionamento</i>		

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	1. Favorire la semplificazione amministrativa
OBIETTIVO STRATEGICO	1.5 Legalità
OBIETTIVO OPERATIVO	1.5.1. Qualificare e promuovere il Registro imprese quale hub informativo verso le pubbliche amministrazioni per la garanzia della legalità
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Area Anagrafica.
RISULTATI ATTESI	1. Incremento dello scambio dei dati tra PA in formato aperto e rielaborabile 2. Divulgazione degli strumenti avanzati (Inbalance, re-visual, etc)
AZIONI	1. Incontri mirati con le PA ed attività formativa rivolta alle PA 2. Predisposizione risorse per l'utilizzo gratuito degli applicativi da parte delle PA coinvolte

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	N. seminari per le PA e Convegno	4
AZIONE 2	Pagamento utilizzo degli applicativi	✓
<i>Destinazione risorse all'obiettivo previsto nell'ambito degli oneri di funzionamento</i>		

SCHEMA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

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.
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Azienda speciale Subfor
RISULTATI ATTESI	1. Efficiente monitoraggio dell'applicativo Suap e della gestione telematica dei procedimenti da parte dei Comuni
AZIONI	<p>1. Controllo del flusso di arrivo e di evasione delle pratiche telematiche</p> <p>2. Attività formativa rivolta ai Comuni in avvalimento</p> <p>3. Concessione in utilizzo gratuito dell'applicativo da parte dei Comuni in avvalimento</p> <p>4. Affiancamento per la riorganizzazione della procedura in collaborazione con un Comune (progetto pilota)</p>

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	Report trimestrali	4
AZIONE 2	N. seminari formazione	2
AZIONE 3	Utilizzo gratuito dell'applicativo da parte dei Comuni in avvalimento	✓
Eventuale destinazione risorse obiettivo		€.53.000,00

SCHEMA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale
OBIETTIVO STRATEGICO	2.1. Marketing territoriale
OBIETTIVO OPERATIVO	2.1.2. Istituire un sistema di regole e servizi per il mercato immobiliare tarantino con connesso sistema di accreditamento degli operatori, sotto la supervisione della Camera di commercio quale Ente super partes 2.1.3 Istituzione di una Borsa immobiliare provinciale
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Azienda speciale Subfor – Area amministrativo contabile
RISULTATI ATTESI	1. Istituzione e messa a regime di un sistema di gestione del settore a garanzia della trasparenza del mercato e della ottimizzazione dei servizi.
AZIONI	1. Istituzione della Borsa immobiliare provinciale in collaborazione con Tecnoborsa Scpa

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	<i>Sottoscrizione quote in Tecnoborsa Scpa</i>	✓
	<i>Versamento contributo consortile a Tecnoborsa Scpa</i>	-
	<i>Istituzione della Borsa</i>	✓
	<i>Erogazione dei servizi</i>	-
<i>Eventuale destinazione risorse obiettivo</i>		€. -

SCHEMA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale
OBIETTIVO STRATEGICO	2.1. Marketing territoriale
OBIETTIVO OPERATIVO	2.1.4. Definizione di un'offerta localizzativa integrata delle diverse aree per insediamenti produttivi presenti nei Comuni della provincia di Taranto
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Azienda speciale Subfor
RISULTATI ATTESI	<p>1. Definire una piattaforma territoriale per l'attrazione degli investimenti produttivi diffusa nei comuni della provincia di Taranto</p> <p>2. Valorizzare l'offerta insediativa attraverso azioni di diffusione della tecnologia (diffusione banda larga)</p> <p>3. Definire uno strumento di marketing territoriale condiviso dal sistema delle Istituzioni e delle parti economiche</p>
AZIONI	<p>1. Definizione dell'offerta localizzativa – Studio di fattibilità</p> <p>2. Piattaforma software</p> <p>3. Promozione dell'attrattività economica del territorio</p> <p>4. Accompagnamento e sostegno alle imprese esterne che si insediano sul territorio</p>

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	<i>Congruità dei dati rilevati</i>	75%
AZIONE 2	<i>Grado di aggiornamento dati</i>	25%
AZIONE 3	<i>Numero di eventi di promozione</i>	3
AZIONE 4	<i>Numero delle imprese contattate al fine dell'insediamento</i>	5
<i>Eventuale destinazione risorse obiettivo</i>		€ 30.000,00

SCHEMA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale
OBIETTIVO STRATEGICO	2.2. Valorizzazione delle eccellenze
OBIETTIVO OPERATIVO	2.2.1. Creare un sistema di selezione delle eccellenze imprenditoriali locali ai fini della realizzazione di azioni di supporto e promozione delle stesse anche in ambiti fieristici nazionali ed internazionali, in raccordo con il piano promozionale di Unioncamere Puglia
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Tavolo permanente di coordinamento dell'artigianato e altri gruppo e consulte – Area amministrativo-contabile
RISULTATI ATTESI	1. Istituzione e messa a regime di un sistema strutturato di selezione delle eccellenze imprenditoriali
AZIONI	1. Costituzione di un tavolo settoriale ed intersettoriale di valutazione e selezione

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	<i>Costituzione del tavolo</i>	✓
	<i>Report annuale</i>	✓
	<i>Creazione di un database delle eccellenze</i>	-
<i>Eventuale destinazione risorse obiettivo</i>		-

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale
OBIETTIVO STRATEGICO	2.3 Internazionalizzazione del sistema imprenditoriale
OBIETTIVO OPERATIVO	2.3.1. Favorire la conoscenza dei Paesi, dei settori, delle opportunità e degli strumenti per consentire un accesso consapevole delle Pmi ai mercati internazionali 2.3.2. Promuovere la cultura dell'aggregazione, anche temporanea, di imprese al fine della realizzazione di iniziative condivise
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Azienda speciale Subfor
RISULTATI ATTESI	1.Incremento dei contatti finalizzati al miglioramento dell'interscambio commerciale con l'estero delle Pmi locali 2.Sviluppo della rete internazionale di logistica e distribuzione 3.Costituzione di Consorzi export di I e II livello o di "contratti di rete"
AZIONI	1.Analisi dei mercati strategici 2.Country presentation 3.Seminari di formazione sulle tecniche di commercio internazionale 4.Sottoscrizione di protocolli operativi con Camere di commercio estere ed italiane all'estero 5.Trade & Support Office e Piattaforme logistiche per l'internazionalizzazione (include missioni all'estero) → vedi progetto all. 6. azioni promozionali per l'apertura di strutture all'estero per il lancio e la diffusione di nuovi prodotti e servizi o l'acquisizione di nuovi mercati; studi di prefattibilità e fattibilità connessi a programmi di investimento all'estero commerciale o produttivo

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	<i>Redazione di una Guida di orientamento ai mercati esteri</i>	1
AZIONE 2	<i>N. country presentation</i>	5
AZIONE 3	<i>N. seminari</i>	3
AZIONE 4	<i>N. protocolli sottoscritti</i>	1
AZIONE 5	<i>Costituzione del Trade & Support Office</i>	✓
	<i>Attivazione piattaforma</i>	-
	<i>n. missioni all'estero</i>	5
	<i>Incremento soddisfazione imprese da sistema di feedback post missione</i>	≥3%
AZIONE 6	<i>Richieste di realizzazione degli studi di fattibilità</i>	1
<i>Eventuale destinazione risorse obiettivo</i>		€.330.000,00

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale
OBIETTIVO STRATEGICO	2.4. Start up
OBIETTIVO OPERATIVO	2.4.1. Incentivare la creazione d'impresa 2.4.2. valorizzare il patrimonio innovativo locale 2.4.3. sviluppare l'imprenditorialità femminile 2.4.4. promuovere la nascita e lo sviluppo di nuove imprese giovanili in stretto raccordo con le proposte progettuali finanziate dalla Regione nell'ambito della sue politiche di attivazione giovanile (<i>Bandi Principi Attivi, Start Cup, Start up</i>)
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Azienda speciale Subfor
RISULTATI ATTESI	1. Ampliare la base imprenditoriale locale, incentivando la creazione d'impresa in ambiti non tradizionali 2. Diffondere la cultura dell'autoimprenditorialità nei giovani del territorio
AZIONI	1. Contributo allo start up d'impresa per lo sfruttamento di brevetti registrati 2. Contributo allo start up d'impresa a prevalenza femminile 3. Iniziative di formazione/informazione per imprese innovative, femminili e giovanili 4. Scouting delle proposte progettuali di giovani imprenditori

INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	<i>Emanazione del bando</i>	-
	<i>Erogazione contributi</i>	-
AZIONE 2	<i>Emanazione del bando</i>	✓
	<i>Erogazione contributi</i>	≥50% dell'importo bandito
AZIONE 3	<i>n. iniziative di formazione/informazione</i>	3
AZIONE 4	<i>Numero di progetti innovativi presentati</i>	2
<i>Eventuale destinazione risorse obiettivo</i>		€.45.000,00

SCHEMA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale
------------------------	---

OBIETTIVO STRATEGICO	2.5.Spin-off
-----------------------------	--------------

OBIETTIVO OPERATIVO	<p>2.5.1.Promuovere la nascita e lo sviluppo di nuove imprese innovative attraverso la costituzione di imprese spin off accademici e/o industriali.</p> <p>Attivando una collaborazione con le Università presenti sul territorio (Università degli Studi di Bari, Università del Salento, Politecnico di Bari) si intende dar luogo, nel tempo, alla costituzione di spin off in diversi settori, anche attraverso l'acquisizione di quote di minoranza nel capitale sociale delle neo costituite da parte di soggetti specializzati, al fine di rendere commercializzabili i risultati della ricerca attraverso applicazioni ad alto contenuto tecnologico</p>
----------------------------	--

UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Azienda speciale Subfor
---	-------------------------

RISULTATI ATTESI	<p>1.Incrementare il numero delle nuove imprese spin off in settori innovativi</p> <p>2.Diffondere la cultura dell'autoimprenditorialità nei giovani ricercatori del territorio</p> <p>3.Aumentare il numero delle applicazioni industriali innovative attraverso una più spinta valorizzazione dei risultati della ricerca (brevetti e marchi industriali)</p>
-------------------------	---

AZIONI	1.Formazione volta alla "gestione di progetti innovativi"
	2.Scouting delle proposte progettuali di ricercatori e giovani imprenditori
	3.Costituzione di nuove imprese spin off

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	Numero di destinatari delle azioni di formazione	10
AZIONE 2	Numero di progetti innovativi selezionati	2
AZIONE 3	Numero di nuove imprese costituite	1
Eventuale destinazione risorse obiettivo		€30.000,00

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale
OBIETTIVO STRATEGICO	2.6. Distretti Produttivi
OBIETTIVO OPERATIVO	2.6.1.Promuovere, sostenere e favorire le imprese sotto l'aspetto della competitività, dell'innovazione, dell'internazionalizzazione, attraverso l'aggregazione tra imprese operanti nei settori: ambiente e logistica e dei servizi ad essi connessi (con particolare riguardo anche alla finanza ed alla formazione) con i consorzi di PMI
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Area amministrativo - contabile
RISULTATI ATTESI	1.Affiancare e supportare le compagini costitutive nella fase di definizione delle attività dei distretti produttivi
AZIONI	<p>1.Offrire alle imprese servizi di consulenza finanziaria e servizi innovativi ad alto contenuto tecnologico</p> <p>2.Realizzare attività volte alla creazione di canali consolidati tra gli operatori</p> <p>3.Contributi a bando ai Distretti riconosciuti dalla Regione Puglia concessi a quelli aventi sede legale nella provincia di Taranto</p>

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	Numero di consulenze realizzate	2
AZIONE 2	Partecipazione a incontri B2B	2
AZIONE 2	Emanazione del bando	✓
	Erogazione contributi	≥50% dell'importo bandito
Eventuale destinazione risorse obiettivo		€.60.000,00

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

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
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Comitato per la valorizzazione delle imprese del Terzo settore - Azienda speciale Subfor
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 3.Sportello di orientamento sulla RSI e sull'impresa sociale 4.Promozione di progetti pilota integrati 5.Contributo allo start up d'impresa sociale

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	N. iniziative formative/informative	7
AZIONE 2	Istituzione dell'Osservatorio provinciale dell'economia civile	✓
AZIONE 3	Istituzione dello sportello orientativo	✓
AZIONE 4	Progetti pilota	2
AZIONE 5	Emanazione del bando	✓
	Erogazione contributi	≥40% dell'importo bandito
Eventuale destinazione risorse obiettivo		€.60.000,00

SCHEMA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale
OBIETTIVO STRATEGICO	2.8 Ecosostenibilità
OBIETTIVO OPERATIVO	2.8.1. Facilitare la crescita di una economia ecosostenibile, promuovendo azioni di rete e di indirizzo generale
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Azienda speciale Subfor – Area amministrativo-contabile
RISULTATI ATTESI	1. Valorizzazione del tema ambientale in ottica imprenditoriale
AZIONI	<p>1. Istituzione di un gruppo di studio e indirizzo sullo smaltimento ed il riutilizzo delle acque reflue in agricoltura</p> <p>2. Redazione di un documento di identificazione del territorio e certificazione ambientale del territorio</p>

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	<i>Costituzione del Gruppo</i>	✓
	<i>Report annuale</i>	✓
AZIONE 2	<i>Redazione del documento di identificazione del territorio</i>	✓
	<i>Certificazione territoriale</i>	-
	<i>Realizzazione portale di ecogestione in rete</i>	-
<i>Eventuale destinazione risorse obiettivo</i>		€ 35.000,00

SCHEMA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale
------------------------	---

OBIETTIVO STRATEGICO	2.9. Innovazione tecnologica
-----------------------------	------------------------------

OBIETTIVO OPERATIVO	2.9.1. La diffusione della cultura dell'innovazione nelle imprese attraverso l'implementazione di un "PRODOTTO-SERVIZIO" teso a sostenere e a realizzare processi di ricerca industriale, sviluppo sperimentale, innovazione di prodotto/processo/organizzativo e trasferimento tecnologico con l'assistenza tecnica di soggetti specializzati (ad esempio, holding che abbiano quale <i>mission</i> aziendale la promozione di nuova impresa innovativa).
----------------------------	--

UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Area amministrativo - contabile
---	---------------------------------

RISULTATI ATTESI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumentare il grado di trasferimento tecnologico da mondo accademico al sistema delle imprese; 2. Aumentare il ricorso alle tecnologie dell'innovazione da parte delle imprese; 3. Aumentare il numero di brevetti e marchi industriali; 4. Aumentare il numero dei progetti di innovazione finanziati da risorse della Programmazione 2007-2013
-------------------------	---

AZIONI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promozione della cultura dell'innovazione tra le imprese locali 2. Formazione manageriale sulla "gestione dei progetti di innovazione aziendale" 3. Favorire l'incontro tra domanda e offerta di innovazione
---------------	---

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	Numero di imprese contattate destinatarie delle azioni di promozione	20
AZIONE 2	Numero di destinatari delle azioni di formazione che potenzialmente implementeranno un progetto di innovazione aziendale	10
AZIONE 3	Numero di progetti innovativi esaminati	2
Eventuale destinazione risorse obiettivo		€ 30.000,00

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale
OBIETTIVO STRATEGICO	2.10 Turismo
OBIETTIVO OPERATIVO	2.10.1. Qualificare e promuovere l'offerta turistica territoriale, le peculiarità storico – culturali ed i prodotti tipici per la loro funzione di attrattori turistici
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Azienda speciale Subfor
RISULTATI ATTESI	1.Certificazione di qualità di prodotti e strutture ricettive
AZIONI	<p>1.Assegnazione del marchio di qualità per le imprese turistiche "Ospitalità italiana" (rinnovi e nuove assegnazioni)</p> <p>2.Bando per la valorizzazione dei prodotti e dell'ospitalità tipica</p> <p>3.Riconoscimento del marchio europeo di qualità "Cozza tarantina"</p>

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	<i>Emanazione del bando</i>	✓
	<i>n. imprese assegnatarie (nuove)</i>	≥2
AZIONE 2	<i>Emanazione del bando</i>	-
	<i>n. imprese assegnatarie (nuove)</i>	≥5
AZIONE 3	<i>Costituzione del Consorzio</i>	✓
	<i>Registrazione Marchio</i>	✓
	<i>Messa a regime</i>	-
<i>Eventuale destinazione risorse obiettivo</i>		€.100.000,00

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	2. Incremento della attrattività e della competitività territoriale
OBIETTIVO STRATEGICO	2.10 Turismo
OBIETTIVO OPERATIVO	2.10.2. Attuazione del Protocollo d'intesa sul turismo in collaborazione con i Gruppi di azione locale "Terre del primitivo", "Colline Joniche" e "Luoghi del mito" con attenzione alla promozione dei prodotti tipici per la loro funzione di attrattori turistici
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Azienda speciale Subfor
RISULTATI ATTESI	1. Realizzazione di azioni concertate per la promozione e lo sviluppo del comparto turistico 2. Partecipazione nella costituzione del S.T.L. (Sistema Turistico Locale) di cui al Regolamento regionale n. 14 del 4/07/2011
AZIONI	1. Proseguire nello sviluppo del ruolo della Camera di commercio quale soggetto di coordinamento delle attività di promozione del settore turistico realizzate dagli Enti pubblici, dal mondo associativo e dai singoli operatori del settore mediante la sottoscrizione di appositi protocolli → vedi documento allegato

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	<i>Sottoscrizione del Protocollo d'intesa sul turismo</i>	✓
AZIONE 2	<i>N. eventi programmati e realizzati</i>	4
<i>Eventuale destinazione risorse obiettivo</i>		€.120.000,00

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	3. Potenziare le infrastrutture materiali e immateriali
OBIETTIVO STRATEGICO	3.1. Dismissione aree demaniali e sviluppo logistico portuale e retroportuale
OBIETTIVO OPERATIVO	3.1.1. Contribuire ad assicurare l'equilibrio economico della S.c.a r.l. partecipata dalla Camera di commercio "Distripark Taranto", favorendo la messa a regime delle attività di sviluppo della una piattaforma logistica retroportuale prevista dallo scopo sociale
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Area amministrativo - contabile
RISULTATI ATTESI	1. Equilibrio economico della S.c.a r.l. "Distripark Taranto" e conseguente avvio dell'attività caratteristica
AZIONI	1. Contributo straordinario annuale a salvaguardia dell'equilibrio economico della Società partecipata

INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	<i>Versamento contributo straordinario alla S.c.a r.l. Distripark Taranto</i>	✓
<i>Eventuale destinazione risorse obiettivo</i>		€50.000,00

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	3. Potenziare le infrastrutture materiali e immateriali
OBIETTIVO STRATEGICO	3.2. Polo universitario e scientifico
OBIETTIVO OPERATIVO	3.2.1. Concorrere al funzionamento ed allo sviluppo del Polo universitario di Taranto ai sensi dell'Accordo triennale sottoscritto in data 21/10/2011
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Area amministrativo - contabile
RISULTATI ATTESI	1.raggiungimento degli obiettivi di competenza camerale di cui all'art.7 dell'Accordo
AZIONI	<p>1. a sostegno delle specifiche attività didattiche e di ricerca della Facoltà di Lettere e Filosofia, concorrere alla gestione della biblioteca dell'Istituto per la Storia e l'Archeologia della Magna Grecia, a servizio della predetta Facoltà, attraverso una contribuzione annua pari ad €62.010,86 e consistente nella <u>concessione gratuita dei locali</u> della Cittadella delle imprese già in uso all'Istituto per tale finalità e nella copertura delle connesse spese per servizi e utenze, ad esclusione di quelle telefoniche</p> <p>2. a sostegno delle attività didattiche, di ricerca e gestionali del Polo Jonico, attribuire all'Università per ognuno degli esercizi finanziari (2011-2012-2013) di vigenza dell'accordo la somma di €20.000,00 da liquidare con le modalità di cui al Regolamento della Camera di commercio di Taranto: "Criteri e modalità per la concessione di contributi, sovvenzioni, sussidi ed ausili finanziari e per l'attribuzione di vantaggi economici in conformità dell'art.12 della legge 7 agosto 1990, n. 241"</p> <p>3. a sostegno delle strutture didattiche del Polo Jonico accogliere presso le proprie strutture studenti iscritti alle Facoltà per lo svolgimento di tirocini formativi e di orientamento, con le modalità e nei limiti numerici da definire in apposite successive convenzioni e comunque ai sensi della vigente normativa applicabile in tema → vedi documento allegato</p>

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	Concessione gratuita locali all'Istituto per la Storia e l'Archeologia della Magna Greci	✓
AZIONE 2	Versamento contributo per attività del Polo	✓
AZIONE 3	N. tirocini attivati	≥1
Le risorse necessarie alla concessione gratuita dei locali sono previste nell'ambito degli oneri di funzionamento. Destinazione risorse obiettivo		€20.000,00

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

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
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Azienda speciale Subfor
RISULTATI ATTESI	1. Miglioramento della qualità dell'analisi statistico – economica 2. Standardizzazione e professionalizzazione della rilevazione e dell'informazione statistica
AZIONI	1. Potenziamento della funzione di Osservatorio economico provinciale 2. Standardizzazione del format e della tempistica della comunicazione esterna

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	Potenziamento dell'Osservatorio	-
AZIONE 2	n. comunicati di informazione statistica	6
Eventuale destinazione risorse obiettivo		€.20.000,00

SCHEMA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	5. Sviluppare un sistema integrato di pianificazione, controllo e valutazione
OBIETTIVO STRATEGICO	5.1. Realizzazione e gestione del Ciclo di gestione della performance in applicazione del D.lgs.n.150/2009
OBIETTIVO OPERATIVO	5.1.1. Adozione dei provvedimenti di attuazione di tutte le fasi del ciclo di gestione della performance.
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Area amministrativo-contabile
RISULTATI ATTESI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gestione completa del ciclo della performance 2. Adozione di un sistema coerente di misurazione e valutazione 3. Gestione della rendicontazione
AZIONI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nomina dell'Organismo indipendente di valutazione 2. Adozione del Piano della performance (triennale) 3. Adozione del Sistema di misurazione e valutazione della performance 4. Monitoraggio della performance attraverso l'utilizzo di un'apposita procedura informatica 5. Adozione della Relazione sulla performance

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	Adozione provvedimento	✓
AZIONE 2	Adozione provvedimento	✓
AZIONE 3	Adozione provvedimento	✓
AZIONE 4	Produzione reportistica	-
AZIONE 5	Adozione provvedimento	-
Destinazione risorse all'obiettivo nell'ambito del conto 325050 "Spese per informatizzazione e acquisizione servizi"		€. 20.000,00

SCHEMA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	6. Avviare le procedure per l'ottenimento del Sistema di qualità interno
OBIETTIVO STRATEGICO	6.1 Sistema di qualità interno
OBIETTIVO OPERATIVO	6.1.1. Avviare un nuovo processo organizzativo finalizzato al riconoscimento della Certificazione di qualità conforme alle norme UNI ISO 9001:2000 per la Camera di commercio di Taranto a partire dalle Aree anagrafica ed amministrativo - contabile
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Area anagrafica; Area amministrativo - contabile
RISULTATI ATTESI	1. Certificazione di qualità conforme alle norme UNI ISO 9001:2000 per le Aree anagrafica ed amministrativo - contabile
AZIONI	<p>1. Autovalutazione a partire dalle Aree anagrafica ed amministrativo - contabile</p> <p>2. Certificazione UNI ISO 9001:2000 a partire dalle Aree anagrafica ed amministrativo - contabile</p> <p>3. Avvio dello sviluppo di un sistema di Total quality management (TQM)</p>

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	<i>Report di autovalutazione</i>	✓
	Ottenimento Certificazione <i>UNI ISO 9001:2000</i> Aree anagrafica ed amministrativo - contabile	-
	<i>Avvio procedure di TQM</i>	-
<i>Destinazione risorse dell'obiettivo nell'ambito degli oneri di funzionamento</i>		€ 19.000,00

SCHEMA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

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
----------------------------	---

UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Azienda speciale Subfor
---	-------------------------

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 2. Professionalizzazione della newsletter camerale "Ephemeris" 3. Implementazione degli strumenti di customer satisfaction 4. Iniziative editoriali mirate
---------------	---

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	Completa rispondenza del sito web al dettato normativo	-
AZIONE 2	n. uscite annuali	9
AZIONE 3	n. di indagini di customer satisfaction	2
AZIONE 4	n. pubblicazioni dedicate all'imprenditoria locale	1
Destinazione risorse dell'obiettivo nell'ambito degli oneri di funzionamento		€ 10.000,00

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	8. Razionalizzare le partecipazioni strategiche
OBIETTIVO STRATEGICO	8.1. Ottimizzazione delle risorse investite negli Enti partecipati
OBIETTIVO OPERATIVO	8.1.1. Ridimensionamento delle partecipazioni rispetto alle priorità dell'Ente
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Area amministrativo-contabile
RISULTATI ATTESI	1.Liberare risorse immobilizzate per renderle disponibili per nuovi investimenti
AZIONI	1. <i>Avvio di un processo di razionalizzazione strategica del patrimonio mobiliare</i>

INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	<i>Realizzazione azione</i>	✓

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	9. Consolidamento giuridico Cittadella delle Imprese
OBIETTIVO STRATEGICO	9.1. Acquisizione in proprietà dell'area della Cittadella delle Imprese già in assegnazione ed acquisizione area confinante denominata "Torre d'Ajala" e porzione restante della "ex Fiera del Mare"
OBIETTIVO OPERATIVO	9.1.1. Trattativa con i soggetti interessati (Agenzia del Demanio, Marina Militare, Comune di Taranto). Risoluzione problematiche amministrative, giuridiche e finanziarie
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Area amministrativo-contabile e legale con il supporto di esperti esterni
RISULTATI ATTESI	1. Stipula dei relativi contratti di compravendita o di cessione 2. In relazione all'area della Cittadella delle Imprese, in via subordinata, la stipula di un contratto di locazione a lungo termine
AZIONI	1. Predisposizione studi di prefattibilità, elaborati tecnico-progettuali, contratti ed altri atti e provvedimenti amministrativi collegati. Verifica compatibilità risorse finanziarie

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	<i>Predisposizione studi di prefattibilità, elaborati tecnico-progettuali, contratti ed altri atti e provvedimenti amministrativi collegati. Verifica compatibilità risorse finanziarie</i>	✓
<i>L'obiettivo richiede essenzialmente risorse di tipo patrimoniale e finanziario da predisporre nel piano degli investimenti. La destinazione risorse economiche dell'obiettivo è prevista nell'ambito degli oneri di funzionamento</i>		-

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	10. Incrementare qualitativamente e quantitativamente il capitale umano
------------------------	---

OBIETTIVO STRATEGICO	10.1. Incremento pianta organica, nuove assunzioni e attivazione corsi di formazione permanente
-----------------------------	---

OBIETTIVO OPERATIVO	10.1.1. Redazione nuova pianta organica e Piano triennale del fabbisogno di personale. Avvio procedure assunzione dall'esterno e delle progressioni verticali. Svolgimento procedure concorsuali. Attivazione corsi di formazione permanente per il personale interno
----------------------------	---

UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Area amministrativo-contabile e legale
---	--

RISULTATI ATTESI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento pianta organica 2. Assunzioni di personale dall'esterno 3. Progressioni verticali 4. Attivazione corsi di formazione per il personale
-------------------------	--

AZIONI	1. Procedimenti finalizzati alla deliberazione da parte dell'Organo competente (Consiglio camerale) dell'incremento della pianta organica, del piano triennale del fabbisogno, della indizione di assunzioni di personale dall'esterno e per progressione verticale
	2. Avvio procedure concorsuali per le assunzioni di personale dall'esterno (mobilità ed eventuale concorso pubblico). Avvio procedure per le assunzioni riservate al personale interno (selezione per progressione verticale)
	3. Attivazione corsi di formazione per il personale

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	Approvazione provvedimenti da parte del Consiglio camerale.	✓
AZIONE 2	Nuove assunzioni di personale e progressioni verticali.	-
AZIONE 3	Svolgimento dei corsi di formazione per il personale.	✓
Destinazione risorse dell'obiettivo nell'ambito degli oneri di funzionamento		-

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	11. Revisionare la struttura organizzativa.
OBIETTIVO STRATEGICO	11.1. Ridefinizione delle Aree Organizzative
OBIETTIVO OPERATIVO	11.1.1. Analisi dell'attuale contesto e valutazione della ripartizione degli uffici e delle competenze tra le aree alla luce delle nuove attività istituzionali (SUAP, Media Conciliazione, etc.)
UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Area amministrativo-contabile e legale
RISULTATI ATTESI	1. Ridefinizione delle Aree organizzative
AZIONI	1. Razionalizzazione delle competenze. Analisi ripartizione degli uffici e dei carichi di lavoro tra le varie aree. Ridefinizione delle aree e degli uffici tenendo in considerazione il previsto incremento delle risorse umane

INDICATORI DI VALUTAZIONE

AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	<i>Analisi delle attuali competenze dell'Ente e della ripartizione tra aree ed uffici.</i>	✓
AZIONE 2	<i>Analisi carichi di lavoro</i>	✓
AZIONE 3	<i>Ridefinizione aree organizzative.</i>	-
<i>Destinazione risorse dell'obiettivo nell'ambito degli oneri di funzionamento</i>		-

SCHEDA DI PROGRAMMAZIONE STRATEGICA

AREA STRATEGICA	12. Mantenere o lievemente incrementare la riscossione del diritto annuale
------------------------	--

OBIETTIVO STRATEGICO	12.1. Incremento dell'incasso complessivo rinveniente dal diritto annuale
-----------------------------	---

OBIETTIVO OPERATIVO	12.1.1. Incremento delle percentuali di incasso nel quadriennio di riferimento (2012-2015) rispetto agli anni precedenti (2008-2009-2010-2011)
----------------------------	--

UNITA' OPERATIVA RESPONSABILE DELL'OBIETTIVO OPERATIVO	Area amministrativo-contabile e legale
---	--

RISULTATI ATTESI	<p>1. Migliorare gli incassi spontanei</p> <p>2. Incrementare gli incassi della riscossione coattiva</p>
-------------------------	--

AZIONI	<p>1. Migliorare gli incassi spontanei:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 <p>2. Incrementare gli incassi della riscossione coattiva:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) puntuale verifica delle posizioni a ruolo, al fine di arrivare se non all'eliminazione, almeno ad una forte riduzione delle problematiche relative al programma di accertamento in uso, così da ridurre al minimo il contenzioso e gli annullamenti in autotutela b) verifica puntuale delle società di capitali cancellate, al fine di procedere ad una riscossione, in linea con le nuove interpretazioni giurisprudenziali, con notifica ai soci di atti contestuali di accertamento e irrogazione di sanzione in caso di avvenuto riparto di attivo indicato nel bilancio finale di liquidazione depositato al Registro delle imprese
---------------	--

INDICATORI DI VALUTAZIONE		
AZIONI	INDICATORE	ANNO
		2012
AZIONE 1	<i>Migliorare gli incassi spontanei</i>	≥ 0,10%
AZIONE 2	<i>Incrementare gli incassi della riscossione coattiva</i>	≥ 0,10%