



## **Relazione sulla Performance 2014**

## SOMMARIO

PRESENTAZIONE DELLA RELAZIONE

SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI STAKEHOLDERS

CONTESTO ESTERNO

> LE IMPRESE DI TERRA DI BARI

> GLI *STAKEHOLDERS*

L'AMMINISTRAZIONE

> CHI SIAMO

> COSA FACCIAMO

> COME OPERIAMO

> L'AMMINISTRAZIONE IN CIFRE

> CONTESTO INTERNO

LE CRITICITÀ ED OPPORTUNITÀ

OBIETTIVI STRATEGICI ED OBIETTIVI OPERATIVI 2014 – 2016.

ALBERO DELLA PERFORMANCE

RISULTATI RAGGIUNTI 2014

> 1. MISSION COMPETITIVITÀ E SVILUPPO DELLE IMPRESE

> 2. MISSION REGOLAZIONE DEI MERCATI

> 3. MISSION COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO

> 4. MISSION SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE

OBIETTIVI INDIVIDUALI

RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITÀ

IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE

> FASI, SOGGETTI, TEMPI E RESPONSABILITÀ

> PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA

PARI OPPORTUNITÀ

LA TRASPARENZA

## **PRESENTAZIONE DELLA RELAZIONE**

*La Camera di Commercio di Bari, quale istituzione pubblica dotata di autonoma funzionale coinvolta nell'attuale processo di riforma della Pubblica Amministrazione, ha adottato il Piano della performance tra i propri documenti di programmazione.*

*Il Piano della performance è lo strumento attraverso il quale sono avviate le fasi del Ciclo di gestione della performance, consistente nell'insieme delle attività volte a garantire l'indirizzo, il coordinamento ed il controllo dell'operato dell'Ente camerale. La Camera di Commercio di Bari ha adottato un documento programmatico triennale, in relazione agli obiettivi che intendeva realizzare, impegnandosi a misurare, valutare e rendicontare la performance realizzata. Tale documento è lo strumento per:*

- > individuare e incorporare le attese degli stakeholder;*
- > rendere più efficaci i meccanismi di comunicazione interna ed esterna, favorendo un'effettiva accountability e trasparenza;*
- > migliorare il coordinamento della struttura organizzativa.*

*Come richiesto dal Decreto legislativo n. 150 del 2009, il Piano della performance della Camera di commercio di Bari 2014 è stato redatto in modo tale da garantire "la qualità, la comprensibilità e l'attendibilità dei documenti di rappresentazione della performance". In particolare ciò significa assicurare:*

- > qualità intesa come rappresentazione della performance tale da permettere la verifica interna ed esterna del sistema degli obiettivi e del livello di coerenza con i requisiti metodologici;*
- > comprensibilità, intesa come esplicitazione chiara del legame tra i bisogni della collettività, la Mission, le Aree strategiche di intervento, le azioni intraprese e gli obiettivi che si intende raggiungere;*
- > attendibilità, intesa come possibilità di verificare ex-post la correttezza metodologica del processo di pianificazione.*

*Attraverso tale relazione la Camera di Commercio di Bari intende rendere conto dei risultati raggiunti rispetto agli obiettivi che si è data, oltre gli strumenti tradizionali di accountability, garantendo trasparenza e intelligibilità ai suoi interlocutori: le imprese, le associazioni, le altre istituzioni pubbliche, i consumatori, i lavoratori dipendenti, i singoli cittadini e tutti i portatori di interesse rilevanti.*

*Questa Relazione costituisce un ulteriore tassello dell'Ente camerale nel perseguimento di un'azione sempre più condivisa, partecipata, efficace, efficiente, che pur nella razionalizzazione della propria spesa ha posto sempre al primo posto gli interessi generali delle imprese.*

**IL PRESIDENTE**

*Alessandro Ambrosi*

## **SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI *STAKEHOLDERS***

### **CONTESTO ESTERNO**

Il sistema delle imprese sembra aver ritrovato il passo della crescita e, nonostante una buona parte dell'anno trascorsa con l'affanno, alla fine del 2014 mette a segno un saldo positivo tra aperture e chiusure. Il bilancio, di poco superiore alle 30mila unità, è pari a un tasso di crescita del numero delle imprese registrate dell'0,51%, più che doppio rispetto all'anno precedente (+0,21%). Il risultato appare totalmente determinato dalla fortissima frenata delle cessazioni (340.261 le imprese che hanno chiuso i battenti, 31.541 unità in meno rispetto a quanto avvenuto nei dodici mesi precedenti). Il dato è il migliore dal 2010 e segnala una probabile inversione di tendenza nelle attese degli imprenditori oggi attivi, che intravedono la possibilità di un effettivo rilancio delle attività nel corso del 2015.

Al dato positivo dello stop nell'emorragia di imprese, fa eco un segnale altrettanto importante dal lato delle aperture. Nei dodici mesi del 2014, infatti, le nuove iniziative sono state 370.979, un risultato insperato benché inferiore a quello dell'anno precedente. Aldilà della conferma che, per chi si accinge a fare impresa, le incertezze del quadro economico non sono ancora del tutto superate, il dato sembra indicare l'urgenza di completare le riforme economiche (da quella del lavoro, al fisco, alla semplificazione) per facilitare l'avvio di nuove iniziative.

### **Il Quadro Generale**

Dall'analisi della serie storica degli ultimi sette anni, il 2014 si segnala per secondo miglior risultato sul versante delle chiusure ("solo" 340.261), giacché solo nel 2010 (peraltro l'anno con il più elevato saldo di tutta la serie) si era registrato un valore più basso. Si registra anche il valore più basso nel flusso di nuove iscrizioni (come già ricordato pari a 370.979 imprese).

**Tabella 1 - Iscrizioni, cessazioni, saldo e tasso di crescita delle imprese per anno nel periodo 2007-2014.**

**Totale imprese - Valori assoluti, tutti i settori**

| ANNO | Iscrizioni | Cessazioni <sup>1</sup> | Saldo  | Tasso di crescita <sup>2</sup> |
|------|------------|-------------------------|--------|--------------------------------|
| 2007 | 436.025    | 390.209                 | 45.816 | 0,75%                          |
| 2008 | 410.666    | 374.262                 | 36.404 | 0,59%                          |
| 2009 | 385.512    | 368.127                 | 17.385 | 0,28%                          |
| 2010 | 410.736    | 338.206                 | 72.530 | 1,19%                          |
| 2011 | 391.310    | 341.081                 | 50.229 | 0,82%                          |
| 2012 | 383.883    | 364.972                 | 18.911 | 0,31%                          |
| 2013 | 384.483    | 371.802                 | 12.681 | 0,21%                          |
| 2014 | 370.979    | 340.261                 | 30.718 | 0,51%                          |

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

**Il Bilancio delle Forme Giuridiche**

La tabella 2 evidenzia come l'intero saldo positivo dell'anno è totalmente spiegato dalla forte crescita della forma giuridica delle società di capitale: 47.508 in più in termini assoluti, pari a una crescita del 3,29% rispetto al 2013 (quando, nonostante la crisi, fu del 2,87). Il dato conferma un orientamento ormai consolidato tra i neo-imprenditori italiani che, per affrontare il mercato, si affidano sempre più spesso a formule organizzative più "robuste" e strutturate. Non solo perché più capaci di intercettare gli incentivi pubblici opportunamente messi a loro disposizione, ma soprattutto perché la società di capitali si presta ad essere più attrattiva rispetto a nuovi investitori e, dunque, a consentire un percorso di crescita all'idea di business.

**Tabella 2 - Nati-mortalità delle imprese registrate per forma giuridica - Anno 2014**

**Valori assoluti e percentuali**

| Aree geografiche    | Iscrizioni | Cessazioni | Saldi   | Stock al 31.12.2014 | Tasso di crescita 2014 | Tasso di crescita 2013 |
|---------------------|------------|------------|---------|---------------------|------------------------|------------------------|
| Società di capitali | 92.376     | 44.868     | 47.508  | 1.487.014           | 3,29                   | 2,87                   |
| Società di persone  | 30.810     | 41.451     | -10.641 | 1.087.796           | -0,96                  | -0,74                  |
| Imprese individuali | 235.985    | 247.021    | -11.036 | 3.258.961           | -0,34                  | -1,00                  |

1 A partire dal 2005, le Camere di commercio possono procedere alla cancellazione d'ufficio dal Registro delle imprese di aziende non più operative. Per tenere conto di tali attività amministrative, ai fini di Movimprese il flusso delle cancellazioni viene considerato al netto di quelle d'ufficio. Maggiori informazioni sono disponibili sul sito [www.infocamere.it](http://www.infocamere.it).

2 Il tasso di crescita è dato dal rapporto tra il saldo tra iscrizioni e cessazioni rilevate nel periodo e lo stock delle imprese registrate all'inizio del periodo considerato.

|             |         |         |        |           |             |      |
|-------------|---------|---------|--------|-----------|-------------|------|
| Altre forme | 11.808  | 6.921   | 4.887  | 207.416   | 2,23        | 6,67 |
| TOTALE      | 370.979 | 340.261 | 30.718 | 6.041.187 | <b>0,51</b> | 0,21 |

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

### Tabella 3 - Distribuzione regionale delle imprese cooperative al 31 dicembre 2014

#### Valori assoluti e percentuali

| Regioni               | Stock al<br>31.12.2014 | Saldo degli<br>stock<br>(*) | Var %<br>2014/2013<br>(*) | Regioni             | Stock al<br>31.12.2014 | Saldo degli<br>stock<br>(*) | Var %<br>2014/2013<br>(*) |
|-----------------------|------------------------|-----------------------------|---------------------------|---------------------|------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| ABRUZZO               | 2.628                  | 45                          | 1,74                      | <b>PUGLIA</b>       | <b>13.035</b>          | <b>453</b>                  | <b>3,41</b>               |
| BASILICATA            | 2.364                  | 57                          | 2,46                      | SARDEGNA            | 4.573                  | 202                         | 4,23                      |
| CALABRIA              | 4.964                  | 136                         | 2,80                      | SICILIA             | 26.059                 | 487                         | 1,88                      |
| CAMPANIA              | 15.769                 | 340                         | 2,20                      | TOSCANA             | 6.790                  | 100                         | 1,44                      |
| EMILIA ROMAGNA        | 7.466                  | 107                         | 1,38                      | TRENTINO ALTO ADIGE | 1.663                  | 34                          | 2,07                      |
| FRIULI-VENEZIA GIULIA | 1.249                  | -8                          | -0,63                     | Bolzano             | 1.033                  | 33                          | 3,26                      |
| LAZIO                 | 18.731                 | 539                         | 2,68                      | Trento              | 630                    | 1                           | 0,16                      |
| LIGURIA               | 2.792                  | 36                          | 1,24                      | UMBRIA              | 1.521                  | 40                          | 2,57                      |
| LOMBARDIA             | 18.505                 | 443                         | 2,26                      | VALLE D'AOSTA       | 274                    | -9                          | -3,15                     |
| MARCHE                | 2.597                  | 54                          | 2,10                      | VENETO              | 5.630                  | 77                          | 1,31                      |
| MOLISE                | 753                    | 8                           | 0,99                      |                     |                        |                             |                           |
| PIEMONTE              | 5.737                  | 89                          | 1,50                      | ITALIA              | 143.100                | 3.230                       | 2,21                      |

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

(\*) Al netto delle cancellazioni d'ufficio effettuate nel periodo

Un dato interessante si registra per la Puglia con riferimento all'incremento delle imprese cooperative del 3,41% nel 2014 rispetto al 2013 al di sopra del dato medio nazionale (2,21%) come evidenziato nella Tabella 3.

#### Il Bilancio dei Territori

Come mostra la tabella 4 che disaggrega i dati fra le quattro grandi circoscrizioni territoriali, il tasso di crescita in tutte e quattro le aree presenta risultati migliori (o comunque meno negativi), rispetto al 2013. L'unica differenza è da vedersi nel fatto che il tasso di crescita delle due circoscrizioni del Nord resta al di sotto del valore medio nazionale (nel 2013 accadeva solo per il Nord-Est); a fronte di un tasso di crescita nazionale pari allo 0,51% il Nord-Ovest arriva allo 0,44% e il Nord-Est pur mostrando un miglioramento più marcato, ma resta in campo negativo a -0,08%. Nella altre due circoscrizioni, il Sud segna un +0,60% mentre il Centro arriva a sfiorare una crescita dell'1%.

**Tabella 4 – Nati - Mortalità delle imprese registrate per circoscrizioni territoriali – Anno 2014****Valori assoluti e percentuali**

| Aree geografiche   | Iscrizioni     | Cessazioni     | Saldi         | Stock al<br>31.12.2014 | Tasso di crescita<br>2014 | Tasso di crescita<br>2013 |
|--------------------|----------------|----------------|---------------|------------------------|---------------------------|---------------------------|
| NORD-OVEST         | 95.673         | 88.771         | 6.902         | 1.573.652              | 0,44                      | 0,23                      |
| NORD-EST           | 66.360         | 67.345         | -985          | 1.169.065              | -0,08                     | -0,56                     |
| CENTRO             | 83.526         | 70.618         | 12.908        | 1.310.489              | 0,99                      | 0,74                      |
| <b>SUD E ISOLE</b> | <b>125.420</b> | <b>113.527</b> | <b>11.893</b> | <b>1.987.981</b>       | <b>0,60</b>               | <b>0,31</b>               |
| ITALIA             | 370.979        | 340.261        | 30.718        | 6.041.187              | 0,51                      | 0,21                      |

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

Per la Puglia il tasso di crescita delle imprese per il 2014 è dello 0,11% di poco inferiore al dato nazionale dello 0,51%.

**Tabella 5 - Nati-mortalità delle imprese per regioni - Anno 2014**

| Regioni        | Iscrizioni    | Cessazioni    | Saldo      | Stock al<br>31.12.2014 | Tasso di<br>crescita 2014 | Tasso di crescita<br>2013 |
|----------------|---------------|---------------|------------|------------------------|---------------------------|---------------------------|
| PIEMONTE       | 26.386        | 28.375        | -1.989     | 447.035                | -0,44                     | -0,54                     |
| VALLE D'AOSTA  | 749           | 853           | -104       | 13.342                 | -0,77                     | -1,53                     |
| LOMBARDIA      | 58.957        | 50.136        | 8.821      | 949.751                | 0,93                      | 0,72                      |
| TRENTINO A. A. | 5.873         | 5.167         | 706        | 109.061                | 0,65                      | 0,15                      |
| Bolzano        | 3.154         | 2.676         | 478        | 57.955                 | 0,83                      | 0,23                      |
| Trento         | 2.719         | 2.491         | 228        | 51.106                 | 0,44                      | 0,07                      |
| VENETO         | 27.854        | 27.447        | 407        | 490.902                | 0,08                      | -0,64                     |
| FRIULI V. G.   | 5.747         | 6.848         | -1.101     | 105.205                | -1,02                     | -0,81                     |
| LIGURIA        | 9.581         | 9.407         | 174        | 163.524                | 0,11                      | -0,30                     |
| EMILIA ROMAGNA | 26.886        | 27.883        | -997       | 463.897                | -0,21                     | -0,59                     |
| TOSCANA        | 26.254        | 23.949        | 2.305      | 412.415                | 0,56                      | 0,32                      |
| UMBRIA         | 5.523         | 5.397         | 126        | 95.191                 | 0,13                      | 0,11                      |
| MARCHE         | 9.938         | 10.636        | -698       | 174.093                | -0,40                     | -0,24                     |
| LAZIO          | 41.811        | 30.636        | 11.175     | 628.790                | 1,80                      | 1,39                      |
| ABRUZZO        | 9.093         | 8.788         | 305        | 148.485                | 0,20                      | -0,23                     |
| MOLISE         | 1.941         | 1.811         | 130        | 34.873                 | 0,37                      | 0,24                      |
| CAMPANIA       | 38.253        | 32.412        | 5.841      | 564.958                | 1,04                      | 0,88                      |
| <b>PUGLIA</b>  | <b>24.033</b> | <b>23.614</b> | <b>419</b> | <b>377.227</b>         | <b>0,11</b>               | <b>0,05</b>               |
| BASILICATA     | 2.955         | 2.948         | 7          | 59.675                 | 0,01                      | -0,29                     |
| CALABRIA       | 11.355        | 9.626         | 1.729      | 179.920                | 0,97                      | 0,35                      |
| SICILIA        | 28.210        | 25.771        | 2.439      | 455.610                | 0,53                      | 0,19                      |
| SARDEGNA       | 9.580         | 8.557         | 1.023      | 167.233                | 0,61                      | -0,05                     |
| ITALIA         | 370.979       | 340.261       | 30.718     | 6.041.187              | 0,51                      | 0,21                      |

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

## **Il Bilancio dei Settori**

In Italia i settori che, più degli altri, hanno contribuito alla tenuta del sistema delle imprese appartengono tutti alle attività di servizio. I saldi maggiori in termini assoluti si registrano, infatti, nelle Attività di alloggio e ristorazione (+10.910 unità), nei Servizi di supporto alle imprese (9.290) e nel Commercio (7.544). Al contrario, i settori in contrazione più marcata sono quelli della manifattura (3.984 unità in meno rispetto al 2013), delle costruzioni (- 7.308 unità) e del settore agricolo (- 5.742 unità). Nel 2014 tutte le aree del paese hanno fatto registrare un miglioramento del proprio saldo rispetto al 2013, incluso il Nord-Est che chiude l'anno con una riduzione dello stock molto esigua.

Motore della tenuta restano le forme giuridiche di capitali, cresciute lo scorso anno di 47.508 unità e con un tasso di crescita (3,3%) in aumento rispetto al 2013 (2,9%). Da notare che le imprese individuali, pur riducendo fortemente le chiusure meno rispetto al 2013 (31.339 in meno), segnalano alla fine dell'anno un saldo negativo per 11.036 unità, determinato da una robusta frenata anche delle iscrizioni (- 8.940 rispetto all'anno precedente).

La lettura di come l'attuale e prolungata crisi economica interagisce con il sistema delle imprese italiane, si arricchisce se i dati demografici (natalità, mortalità e localizzazione) e quelli legati alla natura giuridica delle imprese, si collocano nello spazio economico, ovvero tra i settori di attività. La lettura dei dati settoriali di Movimprese offre una fotografia precisa di come la crisi economica di questi ultimi anni stia ristrutturando il sistema delle imprese italiane, in particolare se si adotta una visione del tessuto imprenditoriale "a maglie larghe", come viene proposto nella tabella 6.

**Tabella 6 – Imprese per comparto <sup>3</sup> produttivo – Anno 2014**

**Valori assoluti e saldo annuale dello stock rispetto all'anno precedente**

| COMPARTI ECONOMICI                                         | Stock al<br>31.12.2014 | Peso % rispetto allo<br>stock totale | Saldo annuale<br>dello stock (*) | Peso % rispetto al<br>saldo totale |
|------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|
| Primario                                                   | 766.256                | 13,55                                | -15.742                          | -149,02                            |
| Secondario                                                 | 1.476.137              | 26,11                                | -10.103                          | -95,64                             |
| Terziario tradizionale                                     | 1.548.739              | 27,39                                | 7.544                            | 71,41                              |
| Macro settore dei servizi                                  |                        |                                      |                                  |                                    |
| orientati alle attività produttive                         | 544.311                | 9,63                                 | 10.351                           | 97,98                              |
| destinati al consumatore finale                            | 720.986                | 12,75                                | 14.093                           | 133,41                             |
| servizi misti, a imprese o privati, e sociali o collettivi | 597.749                | 10,57                                | 4.421                            | 41,85                              |

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

(\*) Al netto delle cancellazioni d'ufficio effettuate nel periodo

La tabella mostra come, a parte il caso storico e strutturale dell'agricoltura (che perde unità produttive, soprattutto per il cambio di destinazione dei suoli agricoli che non sembra destinato a esaurirsi) i tre primi grandi comparti dell'economia italiana stanno, dal punto di vista della demografia delle imprese, riducendo il proprio peso. Insieme determinano, infatti, il 69,93% dello stock di imprese produttive, ma, nonostante il modesto contributo attivo del terziario tradizionale, danno un contributo negativo al saldo annuale che è pari al -173,24% del saldo totale. Solo la grande area dei servizi, riassorbe il passivo con il proprio saldo che è pari a 28.865 unità e fissa il saldo nazionale del 2014 a 10.564 unità.

La tabella 7 rende invece rapidamente visibile non solo la "popolazione" di ogni singolo settore, ma anche la dinamica che lo ha caratterizzato negli ultimi dodici mesi. Come mostra la tabella, l'ordine secondo cui sono presentati i vari settori è marcatamente diverso a seconda che si prenda come criterio ordinatore, la "popolazione", cioè lo stock delle imprese registrate, o l'andamento della popolazione stessa, cioè il saldo annuale. Ad esempio, il settore dei "Servizi di alloggio e ristorazione", che nel 2014 ha conosciuto il più

---

<sup>3</sup> Legenda tab. 6:

Settore primario (Agricoltura, silvicoltura, caccia e pesca)

Settore secondario (Manifattura; Costruzioni; Estrazioni di minerali da cave e miniere; Fornitura di acqua, reti fognarie, attività di gestione e trattamento rifiuti; Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata)

Settore terziario tradizionale (Commercio al dettaglio e all'ingrosso)

Servizi orientati al settore produttivo (Trasporto e magazzinaggio; Attività professionali, scientifiche e tecniche; Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese)

Servizi destinati al consumatore finale (Servizi di alloggio e ristorazione; Altre attività di servizi, in prevalenza parrucchieri e in misura minore riparatori di computer; Attività artistiche, sportive, di intrattenimento, divertimento);

Servizi misti (alle imprese e/o alle famiglie) e servizi di tipo collettivo (Attività immobiliari; Attività finanziarie e assicurative; Servizi di informazione e comunicazione; Sanità e assistenza sociale; Istruzione).

elevato saldo annuale (+10.919 unità) è collocato al primo posto nella colonna dei saldi mentre al quinto posto in quella che tiene conto della numerosità della “popolazione” dei settori.

**Tabella 7 – Imprese per settori di attività economica – Anno 2014**

**Graduatorie per dimensione dello stock e del saldo annuale rispetto all’anno precedente**

| SETTORI                                              | Stock al<br>31.12.2014 | SETTORI                                              | Saldo annuale<br>dello stock (*) |
|------------------------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------|----------------------------------|
| Commercio                                            | 1.548.739              | Servizi alloggio e ristorazione                      | 10.910                           |
| Costruzioni                                          | 861.744                | Noleggio, ag. di viaggio, servizi di supp. alle imp. | 9.290                            |
| Agricoltura, silvicoltura pesca                      | 766.256                | Commercio                                            | 7.544                            |
| Attività manifatturiere                              | 587.987                | Servizi di informazione e comunicazione              | 2.824                            |
| Servizi alloggio e ristorazione                      | 418.094                | Attività finanziarie e assicurative                  | 1.807                            |
| Attività immobiliari                                 | 283.025                | Attività artistiche, sportive, di intrattenimento    | 1.723                            |
| Altre attività di servizi                            | 232.688                | Sanità' e assistenza sociale                         | 1.639                            |
| Attività professionali, scientifiche e tecniche      | 196.319                | Altre attività di servizi                            | 1.460                            |
| Noleggio, ag. di viaggio, servizi di supp. alle imp. | 175.476                | Attività professionali, scientifiche e tecniche      | 1.429                            |
| Trasporto e magazzinaggio                            | 172.516                | Fornitura energia elettrica, gas, vapore e aria c.   | 873                              |
| Servizi di informazione e comunicazione              | 129.341                | Istruzione                                           | 672                              |
| Attività finanziarie e assicurative                  | 120.329                | Fornitura acqua; reti fognarie, gestione dei rifiuti | 336                              |
| Attività artistiche, sportive, di intrattenimento    | 70.204                 | Estrazione di minerali da cave e miniere             | -20                              |
| Sanità' e assistenza sociale                         | 37.344                 | Trasporto e magazzinaggio                            | -368                             |
| Istruzione                                           | 27.710                 | Attività immobiliari                                 | -2.521                           |
| Fornitura acqua; reti fognarie, gestione dei rifiuti | 11.242                 | Attività manifatturiere                              | -3.984                           |
| Fornitura energia elettrica, gas, vapore e aria c.   | 10.653                 | Costruzioni                                          | -7.308                           |
| Estrazione di minerali da cave e miniere             | 4.511                  | Agricoltura, silvicoltura pesca                      | -15.742                          |

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

(\*) Al netto delle cancellazioni d’ufficio effettuate nel periodo

## LE IMPRESE DI TERRA DI BARI

Nell'anno 2014 la Terra di Bari e Bat ha continuato a detenere nel sistema delle imprese della Puglia una forte centralità, come testimoniano in maniera chiara i numeri delle sue aziende registrate ("consistenze delle sedi d'impresa"):

| Regione       | Provincia | Registrate <sup>4</sup> | Iscrizioni    | Cessazioni    | Addetti tot.     |
|---------------|-----------|-------------------------|---------------|---------------|------------------|
| PUGLIA        | BARI      | 150.945                 | 8.962         | 8.743         | 437.893          |
|               | BRINDISI  | 36.026                  | 2.272         | 2.938         | 169.341          |
|               | FOGGIA    | 71.055                  | 4.620         | 5.855         | 153.107          |
|               | LECCE     | 71.584                  | 5.444         | 6.028         | 176.630          |
|               | TARANTO   | 47.617                  | 2.895         | 3.158         | 122.251          |
| <b>Totale</b> |           | <b>377.227</b>          | <b>24.193</b> | <b>26.722</b> | <b>1.059.222</b> |

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

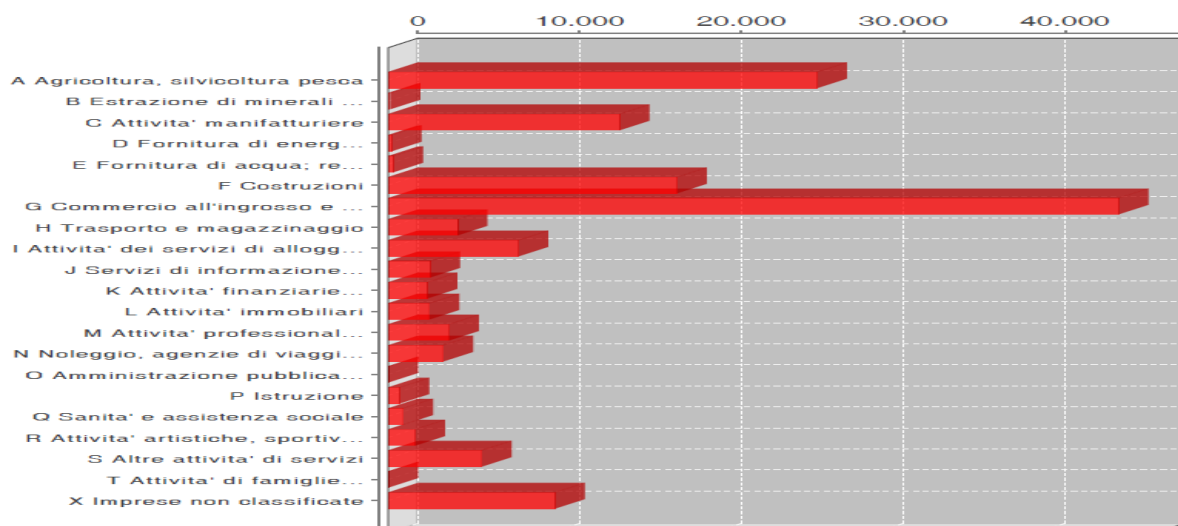
Si contano dunque circa 151mila imprese, capaci di dare lavoro a più di 430mila addetti, più del 41% del dato complessivo regionale. Nel corso dell'anno 2014 si registrano: 8.962 iscrizioni e 8.743 cancellazioni.

Il superamento della crisi congiunturale sembra alla fine del 2014 una circostanza raggiungibile facendo ben sperare per l'anno 2015.

| <b>Settore anno 2014</b>                                         | <b>Registrate 2013</b> | <b>Registrate 2014</b> | <b>variaz. 2014-2013 %</b> | <b>Addetti tot. 2013</b> | <b>Addetti tot. 2014</b> | <b>variaz. 2014 - 2013 %</b> |
|------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------------|
| A Agricoltura, silvicoltura pesca                                | 26.963                 | 26.503                 | -1,71                      | 31.987                   | 42.697                   | 33,48                        |
| B Estrazione di minerali da cave e miniere                       | 137                    | 139                    | 1,46                       | 623                      | 609                      | -2,25                        |
| C Attività manifatturiere                                        | 14.387                 | 14.315                 | -0,50                      | 86.661                   | 86.389                   | -0,31                        |
| D Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condiz...   | 189                    | 217                    | 14,81                      | 585                      | 693                      | 18,46                        |
| E Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione d...   | 305                    | 317                    | 3,93                       | 5.382                    | 5.300                    | -1,52                        |
| F Costruzioni                                                    | 17.999                 | 17.847                 | -0,84                      | 56.134                   | 52.726                   | -6,07                        |
| G Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut...   | 45.080                 | 45.137                 | 0,13                       | 94.351                   | 96.793                   | 2,59                         |
| H Trasporto e magazzinaggio                                      | 4.290                  | 4.285                  | -0,12                      | 24.536                   | 25.173                   | 2,60                         |
| I Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione             | 7.749                  | 8.052                  | 3,91                       | 31.329                   | 30.808                   | -1,66                        |
| J Servizi di informazione e comunicazione                        | 2.493                  | 2.608                  | 4,61                       | 8.959                    | 9.039                    | 0,89                         |
| K Attività finanziarie e assicurative                            | 2.387                  | 2.420                  | 1,38                       | 6.232                    | 6.248                    | 0,26                         |
| L Attività immobiliari                                           | 2.639                  | 2.548                  | -3,45                      | 3.557                    | 3.583                    | 0,73                         |
| M Attività professionali, scientifiche e tecniche                | 3.768                  | 3.772                  | 0,11                       | 10.998                   | 10.712                   | -2,60                        |
| N Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese | 3.291                  | 3.403                  | 3,40                       | 21.722                   | 22.500                   | 3,58                         |
| O Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale...    | 4                      | 4                      | 0,00                       | 6                        | 7                        | 16,67                        |
| P Istruzione                                                     | 660                    | 699                    | 5,91                       | 2.525                    | 2.559                    | 1,35                         |
| Q Sanità e assistenza sociale                                    | 887                    | 925                    | 4,28                       | 13.145                   | 13.458                   | 2,38                         |
| R Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e diver...   | 1.635                  | 1.669                  | 2,08                       | 5.303                    | 5.110                    | -3,64                        |
| S Altre attività di servizi                                      | 5.761                  | 5.783                  | 0,38                       | 11.842                   | 11.822                   | -0,17                        |
| T Attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro p...   | 1                      | 1                      | 0,00                       | 12                       | 12                       | 0,00                         |
| X Imprese non classificate                                       | 10.348                 | 10.301                 | -0,45                      | 11.885                   | 11.655                   | -1,94                        |
| <b>Totale</b>                                                    | <b>150.973</b>         | <b>150.945</b>         | <b>-0,02</b>               | <b>427.774</b>           | <b>437.893</b>           | <b>2,37</b>                  |

Con riferimento alle **dinamiche settoriali per le imprese iscritte** si rileva:

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese



Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

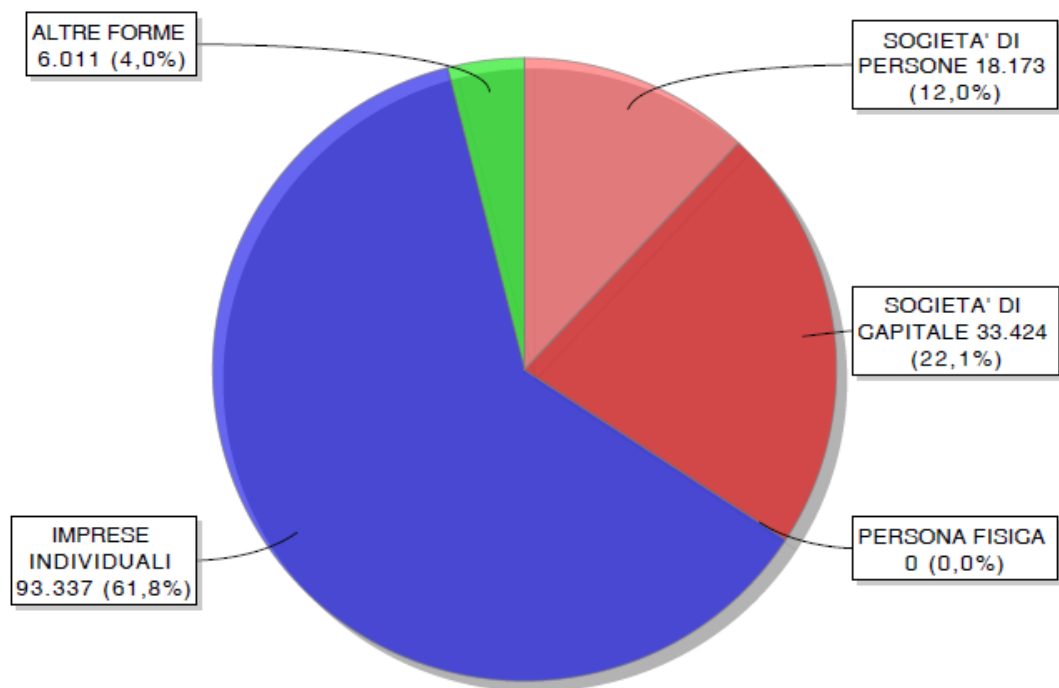
Volendo invece tracciare un **quadro territoriale** della situazione delle imprese, si evidenzia:

| Comune                      | Registrate<br>2013 | Registrate<br>2014 | variaz.<br>2014-<br>2013 % | Addetti<br>tot.<br>2013 | Addetti<br>tot.<br>2014 | variaz.<br>2014-<br>2013 % |
|-----------------------------|--------------------|--------------------|----------------------------|-------------------------|-------------------------|----------------------------|
| BA001 ACQUAVIVA DELLE FONTI | 1.926              | 1.949              | 1,19                       | 5.459                   | 5.238                   | -4,05                      |
| BA002 ADELFA                | 1.289              | 1.326              | 2,87                       | 3.241                   | 3.158                   | -2,56                      |
| BA003 ALBEROBELLO           | 1.271              | 1.263              | -0,63                      | 3.356                   | 3.257                   | -2,95                      |
| BA004 ALTAMURA              | 7.543              | 7.615              | 0,95                       | 22.985                  | 23.019                  | 0,15                       |
| BA005 ANDRIA                | 9.873              | 9.835              | -0,38                      | 21.348                  | 22.150                  | 3,76                       |
| BA006 BARI                  | 29.873             | 30.123             | 0,84                       | 102.858                 | 104.051                 | 1,16                       |
| BA007 BARLETTA              | 9.911              | 9.857              | -0,54                      | 24.816                  | 25.296                  | 1,93                       |
| BA008 BINETTO               | 169                | 168                | -0,59                      | 538                     | 538                     | 0,00                       |
| BA009 BISCEGLIE             | 4.469              | 4.455              | -0,31                      | 12.816                  | 12.771                  | -0,35                      |
| BA010 BITETTO               | 880                | 892                | 1,36                       | 1.457                   | 1.482                   | 1,72                       |
| BA011 BITONTO               | 4.564              | 4.516              | -1,05                      | 13.363                  | 13.065                  | -2,23                      |
| BA012 BITRITTO              | 868                | 849                | -2,19                      | 1.775                   | 1.887                   | 6,31                       |
| BA013 CANOSA DI PUGLIA      | 3.203              | 3.128              | -2,34                      | 5.860                   | 6.010                   | 2,56                       |
| BA014 CAPURSO               | 1.391              | 1.357              | -2,44                      | 3.959                   | 4.117                   | 3,99                       |
| BA015 CASAMASSIMA           | 1.670              | 1.699              | 1,74                       | 4.445                   | 5.049                   | 13,59                      |
| BA016 CASSANO DELLE MURGE   | 1.347              | 1.331              | -1,19                      | 2.734                   | 2.862                   | 4,68                       |
| BA017 CASTELLANA GROTTA     | 2.308              | 2.323              | 0,65                       | 5.636                   | 5.677                   | 0,73                       |
| BA018 CELLAMARE             | 308                | 318                | 3,25                       | 807                     | 842                     | 4,34                       |
| BA019 CONVERSANO            | 2.723              | 2.702              | -0,77                      | 6.499                   | 6.866                   | 5,65                       |
| BA020 CORATO                | 4.503              | 4.459              | -0,98                      | 12.387                  | 13.959                  | 12,69                      |
| BA021 GIOIA DEL COLLE       | 3.030              | 3.007              | -0,76                      | 7.127                   | 7.173                   | 0,65                       |

|                                |                |                |              |                |                |             |
|--------------------------------|----------------|----------------|--------------|----------------|----------------|-------------|
| BA022 GIOVINAZZO               | 1.430          | 1.417          | -0,91        | 3.084          | 2.905          | -5,80       |
| BA023 GRAVINA IN PUGLIA        | 4.308          | 4.309          | 0,02         | 9.996          | 9.951          | -0,45       |
| BA024 GRUMO APPULA             | 1.040          | 1.028          | -1,15        | 1.705          | 1.787          | 4,81        |
| BA025 LOCOROTONDO              | 1.808          | 1.783          | -1,38        | 4.426          | 4.960          | 12,07       |
| BA026 MINERVINO MURGE          | 1.001          | 994            | -0,70        | 1.625          | 1.809          | 11,32       |
| BA027 MODUGNO                  | 3.729          | 3.783          | 1,45         | 25.176         | 24.859         | -1,26       |
| BA028 MOLA DI BARI             | 1.838          | 1.809          | -1,58        | 3.582          | 4.128          | 15,24       |
| BA029 MOLFETTA                 | 4.343          | 4.346          | 0,07         | 13.655         | 14.203         | 4,01        |
| BA030 MONOPOLI                 | 4.972          | 5.015          | 0,86         | 12.867         | 13.221         | 2,75        |
| BA031 NOCI                     | 2.280          | 2.281          | 0,04         | 7.272          | 6.464          | -11,11      |
| BA032 NOICATTARO               | 2.500          | 2.493          | -0,28        | 6.677          | 7.325          | 9,70        |
| BA033 PALO DEL COLLE           | 1.392          | 1.373          | -1,36        | 2.888          | 2.896          | 0,28        |
| BA034 POGGIORSINI              | 215            | 212            | -1,40        | 243            | 262            | 7,82        |
| BA035 POLIGNANO A MARE         | 1.793          | 1.780          | -0,73        | 4.188          | 4.784          | 14,23       |
| BA036 PUTIGNANO                | 2.807          | 2.815          | 0,29         | 9.288          | 9.461          | 1,86        |
| BA037 RUTIGLIANO               | 2.301          | 2.288          | -0,56        | 7.210          | 8.878          | 23,13       |
| BA038 RUVO DI PUGLIA           | 2.477          | 2.451          | -1,05        | 5.557          | 5.651          | 1,69        |
| BA039 SAMMICHELE DI BARI       | 635            | 623            | -1,89        | 1.077          | 1.250          | 16,06       |
| BA040 SANNICANDRO DI BARI      | 944            | 932            | -1,27        | 1.448          | 1.546          | 6,77        |
| BA041 SANTERAMO IN COLLE       | 2.670          | 2.675          | 0,19         | 9.161          | 8.997          | -1,79       |
| BA042 SPINAZZOLA               | 789            | 786            | -0,38        | 1.346          | 1.384          | 2,82        |
| BA043 TERLIZZI                 | 2.403          | 2.408          | 0,21         | 4.592          | 4.823          | 5,03        |
| BA044 TORITTO                  | 730            | 727            | -0,41        | 1.098          | 1.127          | 2,64        |
| BA045 TRANI                    | 4.930          | 4.905          | -0,51        | 14.832         | 14.996         | 1,11        |
| BA046 TRIGGIANO                | 1.902          | 1.904          | 0,11         | 6.112          | 5.949          | -2,67       |
| BA047 TURI                     | 1.448          | 1.451          | 0,21         | 2.588          | 3.196          | 23,49       |
| BA048 VALENZANO                | 1.169          | 1.185          | 1,37         | 2.615          | 2.614          | -0,04       |
| <b>PROVINCIA DI BARI E BAT</b> | <b>150.973</b> | <b>150.945</b> | <b>-0,02</b> | <b>427.774</b> | <b>437.893</b> | <b>2,37</b> |

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

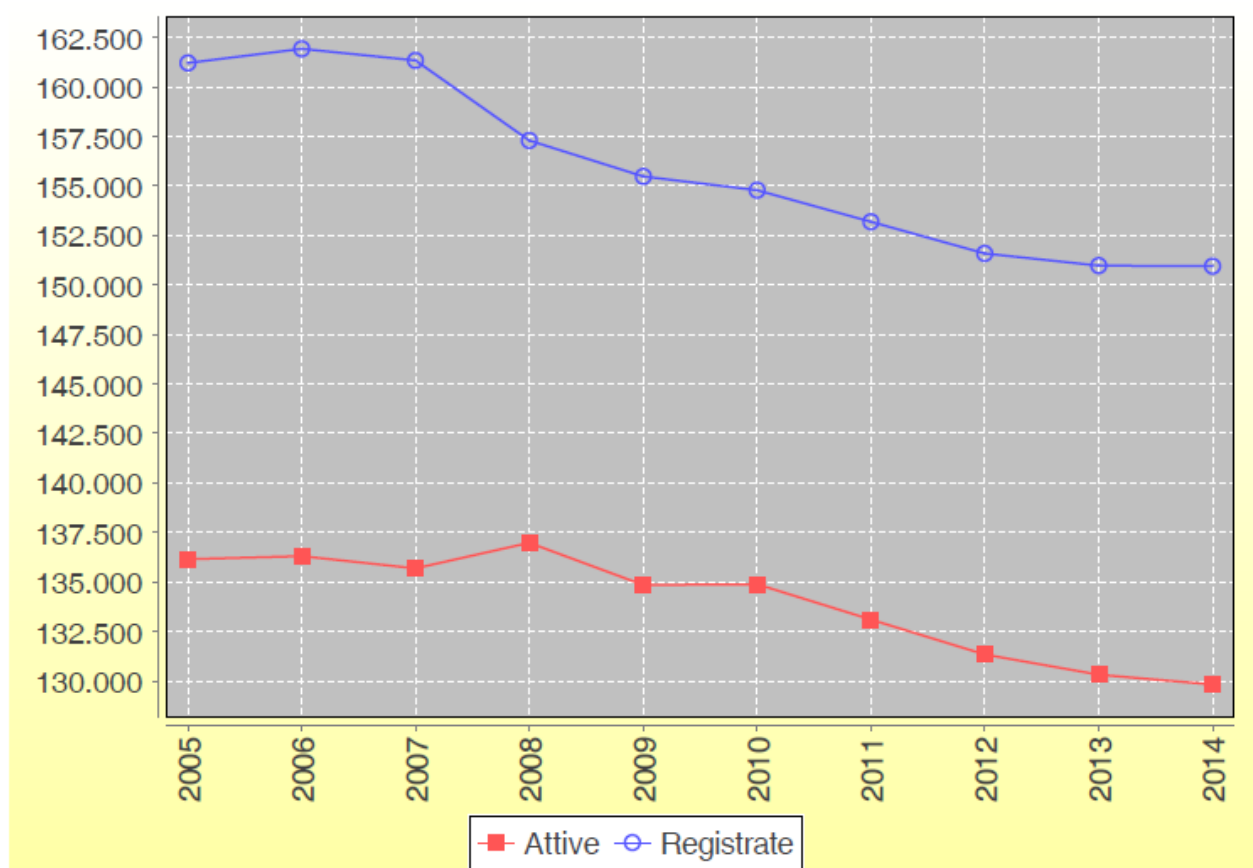
Con riferimento alla **natura giuridica per le imprese iscritte alla camera di Commercio di Bari** si rileva la seguente composizione:



---

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

## Imprese attive e registrate negli anni.

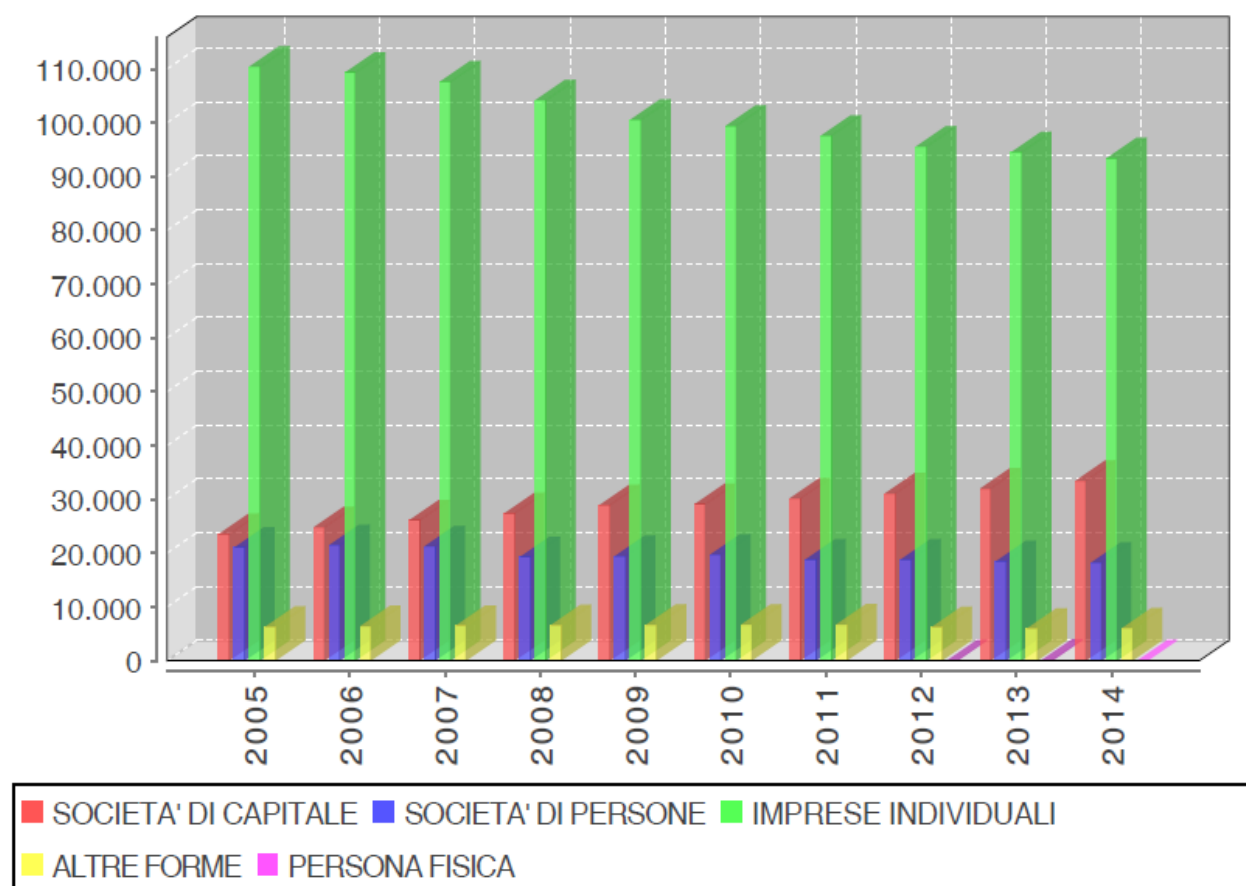


Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

Con riferimento alla Terra di Bari le imprese registrate si riducono negli ultimi 5 anni di (155.476 anno 2009 – 150.945 anno 2014) 4.531 pari a - **2,9%**.

Nel 2014 si registra un rallentamento di questo fenomeno (-0,02%).

## Registrate per Classe Natura Giuridica



Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

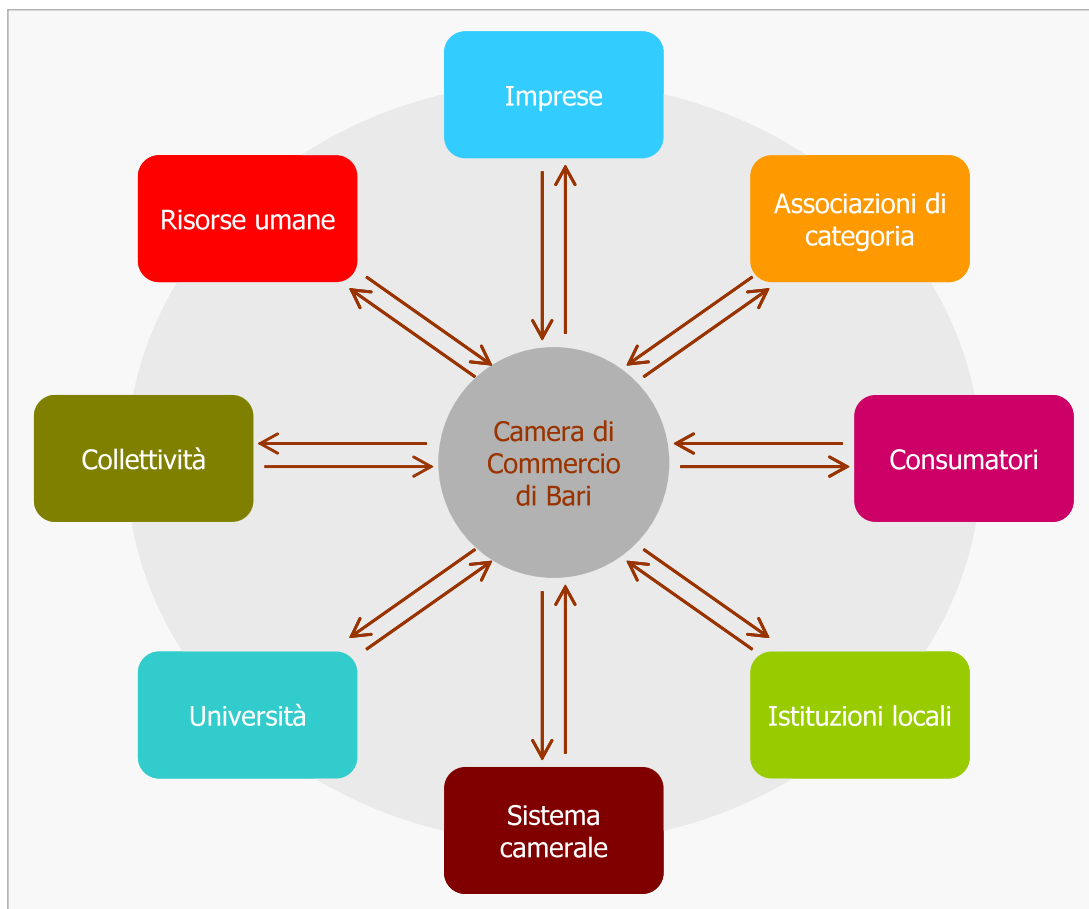
Con riferimento all'anno 2014 si registra un significativo **incremento di 1.453 imprese delle società di capitale** iscritte che passano da 31.971 a 33.424. **si riducono invece le imprese individuali di 1.144** (93.337 anno 2014 - 94.481 anno 2013) **e le società di persone di 260** (18.173 anno 2014 - 18.433 anno 2013). Detto dato conferma la tendenza registrata negli anni precedenti.

### ***Gli stakeholders***

Gli stakeholder rappresentano i cosiddetti portatori d'interesse, ossia coloro che legittimano il mandato della Camera di Commercio e che allo stesso tempo rappresentano i destinatari della sua azione.

Si riporta di seguito la mappatura dei principali stakeholder della Camera di Commercio di Bari.

**Gli stakeholders della Camera di Commercio**



## **L'AMMINISTRAZIONE**

### **> CHI SIAMO**

La Camera di commercio di Bari svolge “funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell’ambito delle economie locali” così come stabilito dalla legge 580 del 1993. È un ente pubblico che svolge un ruolo propulsivo dello sviluppo locale, al servizio delle imprese e della comunità del proprio territorio.

La Camera di commercio, quale ente autonomo, è legittimato a darsi un proprio indirizzo programmatico e politico, e gode di autonomia anche sotto il profilo finanziario e gestionale. Inoltre, per adempiere al meglio alla propria missione istituzionale, è parte integrante della rete delle Camere di commercio in Italia e all’estero, opera in partnership con gli altri organismi e Istituzioni a livello locale e nazionale e collabora con le Associazioni imprenditoriali. Questa rete di relazioni contribuisce a qualificare la Camera come la porta di accesso per le imprese alla pubblica amministrazione, assumendo il ruolo di punto di incontro tra le attività produttive e lo Stato.

La Camera di Bari ispira la propria azione ai valori di:

- > imparzialità e trasparenza;
- > efficacia, efficienza, economicità;
- > pubblicità, partecipazione e semplificazione delle procedure;
- > professionalità e responsabilità delle risorse umane che vi operano;
- > riconoscimento e tutela delle pari opportunità tra donne e uomini;
- > sussidiarietà, collaborazione e cooperazione con le altre Amministrazioni pubbliche e con le Organizzazioni rappresentative delle categorie economiche e sociali;
- > miglioramento continuo della qualità dei servizi.

### **> COSA FACCIAMO**

La Camera di commercio di Bari cura gli interessi generali delle imprese locali e promuove la crescita del tessuto economico del territorio. In modo diretto, o tramite le proprie Aziende speciali, la Camera offre agli utenti servizi sempre più ampi e articolati per adattare la dimensione produttiva locale ai nuovi scenari economici europei.

All’Ente camerale sono attribuite funzioni di tipo amministrativo, che rappresentano la tradizionale attività delle Camere di commercio e che hanno per oggetto gli adempimenti anagrafici e certificativi per le

imprese. La Camera svolge inoltre attività promozionali per il sostegno delle imprese e lo sviluppo dell'economia. A queste si aggiungono le funzioni di regolamentazione del mercato, di monitoraggio, di studio e di analisi dell'economia locale.

Infine l'Ente realizza attività di formazione e informazione economica; attività di marketing territoriale; iniziative per favorire l'accesso al credito da parte delle imprese e sostiene l'internazionalizzazione, lo sviluppo delle infrastrutture e l'innovazione.

#### **> COME OPERIAMO**

L'Ente camerale di Bari si posiziona in mezzo tra il Sistema camerale e il sistema locale, svolgendo le proprie attività accanto ad altri organismi e istituzioni nazionali. Nell'ambito di queste relazioni, la Camera elabora strategie e azioni d'intervento. Il dialogo continuo con diversi attori locali rafforza azioni della Camera di commercio volte a promuovere lo sviluppo del sistema produttivo del territorio barese.

#### **> L'AMMINISTRAZIONE IN CIFRE**

**Il Sistema camerale.** La recente Riforma della L. 580/93 definisce le Camere di commercio parti integranti del Sistema camerale cui appartengono. È una rete aperta al servizio degli operatori, che non ha un unico centro ma si basa sulla interazione e sulla collaborazione tra i diversi soggetti che la compongono. Il Sistema camerale, di cui la Camera di Bari fa parte, permette infatti la condivisione delle competenze e del know-how per realizzare iniziative progettuali comuni.

Oltre alle Camere di commercio italiane, fanno parte del Sistema camerale, le Camere di commercio italiane all'estero, le Camere italo-estere, le Aziende speciali, le Unioni regionali, l'Unioncamere nazionale e le altre strutture di sistema. Il Sistema camerale è composto da 105 Camere di commercio, 130 Aziende Speciali, 19 Unioni regionali, 9 Centri esteri regionali, 75 Camere di commercio italiane all'estero, 35 Camere di commercio italo-estere, circa 2.000 partecipazioni in enti e società per lo sviluppo delle infrastrutture.

**Macro-organizzazione.** Per adempiere al meglio alla sua missione al servizio delle imprese e dell'economia locale, la Camera di commercio di Bari si è dotata di:

- > 3 Aziende speciali quali strutture operative in specifici settori;
- > sedi distaccate;
- > partecipazioni in società, consorzi e altre strutture appartenenti al Sistema camerale o localizzate nel territorio.

Le Aziende speciali contribuiscono a raggiungere gli obiettivi dell'Ente e svolgono un ruolo fondamentale di assistenza alle imprese, in aree strategiche per la loro competitività.

L'Azienda speciale **AICAI** - Assistenza Imprese commerciali, artigiane e industriali - realizza iniziative prevalentemente in materia di internazionalizzazione, in particolare:

- > eroga servizi di informazione personalizzata;
- > attua programmi di ricerca partner;
- > realizza progetti finalizzati all'incremento della produttività delle imprese che operano nei settori artigianale, commerciale e industriale.

L'Azienda speciale **ILOC** - Formazione commercio e terziario G. Orlando - si occupa dell'aggiornamento professionale delle risorse umane, dello sviluppo di nuove professionalità e di nuove competenze.

Le attività di ILOC riguardano in particolare le seguenti aree:

- > creazione d'impresa;
- > grande distribuzione organizzata e commercio;
- > intermediazione finanziaria, credito e assicurazioni;
- > internazionalizzazione delle imprese e commercio estero;
- > servizi alle imprese;
- > sicurezza in azienda;
- > turismo e ospitalità.

L'Azienda speciale **SAMER** - Servizio Analisi Chimico-Merceologiche - fa parte della Rete nazionale dei laboratori delle Camere di commercio. Fornisce alle imprese un'ampia gamma di analisi chimico-fisiche, microbiologiche e di certificazione della qualità. Offre inoltre supporto e assistenza nell'applicazione delle normative tecniche e legislative.

Per assicurare una diffusa presenza sul territorio, la Camera ha istituito Sedi distaccate nei comuni di Andria, Barletta, Gioia del Colle e Monopoli. Sono strutture in grado di offrire una serie di servizi, articolati in base alle specifiche esigenze delle imprese.

## > CONTESTO INTERNO

| Composizione del personale per ruolo |            |            |            |
|--------------------------------------|------------|------------|------------|
| Ruolo                                | 2012       | 2013       | 2014       |
| Segretario generale                  | 0          | 1          | 1          |
| Dirigenti                            | 2          | 1          | 1          |
| D                                    | 44         | 44         | 43         |
| C                                    | 101        | 100        | 100        |
| B                                    | 12         | 12         | 13         |
| A                                    | 5          | 5          | 5          |
| <b>Totale</b>                        | <b>164</b> | <b>163</b> | <b>163</b> |

| Composizione del personale per anzianità di servizio |     |      |       |       |       |       |       |       |      |        |
|------------------------------------------------------|-----|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|--------|
|                                                      | 0-5 | 6-10 | 11-15 | 16-20 | 21-25 | 26-30 | 31-35 | 36-40 | > 40 | TOTALE |
| 2008                                                 | 11  | 17   | 43    | 22    | 44    | 25    | 20    | 6     | 1    | 189    |
| 2009                                                 | 4   | 18   | 45    | 5     | 59    | 26    | 17    | 7     | 2    | 183    |
| 2010                                                 | 1   | 18   | 45    | 4     | 56    | 27    | 17    | 6     | 2    | 176    |
| 2011                                                 | 5   | 17   | 44    | 5     | 43    | 39    | 16    | 3     | 1    | 173    |
| 2012                                                 | 7   | 7    | 49    | 10    | 28    | 48    | 12    | 3     | 0    | 164    |
| 2013                                                 | 7   | 7    | 19    | 40    | 21    | 40    | 19    | 10    | 0    | 163    |
| 2014                                                 | 9   | 2    | 23    | 41    | 5     | 53    | 22    | 8     | 0    | 163    |

| Composizione del personale per classi di età |       |       |       |       |       |       |       |       |      |        |
|----------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|--------|
|                                              | 25-29 | 30-34 | 35-39 | 40-44 | 45-49 | 50-54 | 55-59 | 60-64 | > 65 | TOTALE |
| 2008                                         | 0     | 4     | 31    | 46    | 29    | 36    | 27    | 14    | 2    | 189    |
| 2009                                         | 0     | 1     | 21    | 50    | 29    | 34    | 29    | 17    | 2    | 183    |
| 2010                                         | 0     | 1     | 11    | 49    | 30    | 37    | 29    | 16    | 3    | 176    |
| 2011                                         | 1     | 2     | 7     | 46    | 36    | 36    | 28    | 16    | 1    | 173    |
| 2012                                         | 0     | 3     | 4     | 33    | 46    | 29    | 36    | 12    | 0    | 164    |
| 2013                                         | 0     | 1     | 5     | 28    | 46    | 29    | 34    | 20    | 0    | 163    |
| 2014                                         | 0     | 2     | 3     | 21    | 49    | 29    | 33    | 22    | 4    | 163    |

| Composizione del personale per titolo di studio |                     |                         |              |        |                              |            |
|-------------------------------------------------|---------------------|-------------------------|--------------|--------|------------------------------|------------|
|                                                 | Scuola dell'obbligo | Licenza media superiore | Laurea breve | Laurea | Specializzazione post laurea | TOTALE     |
| 2008                                            | 26                  | 85                      | 0            | 37     | 41                           | <b>189</b> |
| 2009                                            | 24                  | 84                      | 0            | 34     | 41                           | <b>183</b> |
| 2010                                            | 23                  | 80                      | 0            | 32     | 41                           | <b>176</b> |
| 2011                                            | 14                  | 84                      | 0            | 37     | 38                           | <b>173</b> |
| 2012                                            | 13                  | 81                      | 0            | 35     | 35                           | <b>164</b> |
| 2013                                            | 13                  | 79                      | 0            | 36     | 35                           | <b>163</b> |
| 2014                                            | 13                  | 80                      | 0            | 36     | 34                           | <b>163</b> |

\* Dato riferito all'anno solare

| Composizione del personale per tipologia contrattuale |           |           |            |
|-------------------------------------------------------|-----------|-----------|------------|
|                                                       | Full time | Part time | TOTALE     |
| 2008                                                  | 181       | 8         | <b>189</b> |
| 2009                                                  | 175       | 8         | <b>183</b> |
| 2010                                                  | 165       | 11        | <b>176</b> |
| 2011                                                  | 162       | 11        | <b>173</b> |
| 2012                                                  | 153       | 11        | <b>164</b> |
| 2013                                                  | 152       | 11        | <b>163</b> |
| 2014                                                  | 152       | 11        | <b>163</b> |

**Governance e Organi istituzionali.** Gli Organi di governo della Camera di commercio, rappresentativi delle imprese e dei settori economici provinciali, sono il Consiglio, la Giunta, il Presidente e il Collegio dei revisori dei conti. A questi spettano le funzioni di indirizzo e di controllo, mentre le funzioni di gestione sono attribuite al Segretario generale e ai dirigenti.

Il Consiglio – composto da 32 membri, in carica per 5 anni – esprime l’interesse generale della comunità socio-economica provinciale ed è l’organo collegiale di indirizzo strategico della Camera. Stabilisce le linee guida politiche e amministrative, definisce obiettivi e programmi, predispone e approva lo Statuto e i regolamenti, elegge il Presidente e la Giunta, nomina i membri del Collegio dei Revisori dei conti, designati dagli organi di competenza. Su proposta della Giunta camerale delibera il preventivo economico e approva il bilancio d’esercizio.

La Giunta è l’organo di governo della Camera di commercio, incaricato di dare attuazione agli indirizzi definiti dal Consiglio. È composta dal Presidente e da 9 membri del Consiglio, in rappresentanza dei settori dell’industria, del commercio, dell’artigianato e dell’agricoltura. La Giunta resta in carica cinque anni, in coincidenza con la durata del Consiglio.

Il Presidente ha la rappresentanza legale e istituzionale dell’Ente e ne attua la politica generale. L’attuale Presidente della Camera di commercio di Bari è Alessandro Ambrosi, imprenditore nel settore del commercio e anche Presidente provinciale di Confcommercio.

Il Collegio dei revisori dei conti è l’organo incaricato della revisione interna. Esercita funzioni di controllo sulla regolarità amministrativa e contabile, vigilando sulla legittimità e la correttezza delle attività.

| Composizione del Consiglio della Camera di commercio di Bari |                                         |
|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Componenti                                                   | Settore                                 |
| Ambrosi Alessandro - <i>Presidente</i>                       | Commercio                               |
| Riccardi Giuseppe – <i>Vice Presidente</i>                   | Artigianato                             |
| Aquilino Giuseppe                                            | Trasporti e spedizioni                  |
| Antro Erasmo                                                 | Industria                               |
| Barile Antonio                                               | Agricoltura                             |
| Bastiani Francesco                                           | Artigianato                             |
| Bellomo Vito                                                 | Industria                               |
| Bucci Umberto                                                | Agricoltura                             |
| Caizzi Eduardo                                               | Turismo                                 |
| D'Oria Alessandro                                            | Credito e assicurazioni                 |
| Campobasso Beniamino                                         | Commercio                               |
| Carriera Pantaleo                                            | Servizi alle imprese                    |
| Caruso Francesco                                             | Agricoltura                             |
| Corsetti Angelo                                              | Agricoltura                             |
| De Filippis Matteo                                           | Industria                               |
| Depascale Giuseppe                                           | Servizi alle imprese                    |
| Di Pace Vincenzo                                             | Organizzazioni sindacali dei lavoratori |
| Di Paola Giancarlo                                           | Industria                               |
| D'Ingeo Vito                                                 | Servizi alle imprese                    |
| Farace Luigi                                                 | Commercio                               |
| Guastamacchia Domenico                                       | Commercio                               |
| Lacriola Stefania                                            | Artigianato                             |
| Laforgia Mario                                               | Artigianato                             |
| Liso Salvatore                                               | Industria                               |
| Macinagrossa Sebastiano                                      | Servizi alle imprese                    |
| Margiotta Giuseppe                                           | Commercio                               |
| Mariella Natale                                              | Trasporti e spedizioni                  |
| Pomarico Giovanni                                            | Commercio                               |
| Rossi Pietro                                                 | Cooperazione                            |
| Santovito Giovanni                                           | Tutela dei consumatori e degli utenti   |
| Saponaro Carlo                                               | Commercio                               |
| Sgherza Francesco                                            | Artigianato                             |

| Composizione della Giunta camerale |                      |
|------------------------------------|----------------------|
| Presidente                         | Ambrosi Alessandro   |
| Vicepresidente                     | Riccardi Giuseppe    |
| Componente                         | Bellomo Vito         |
| Componente                         | Campobasso Beniamino |
| Componente                         | Corsetti Angelo      |
| Componente                         | Lacriola Stefania    |
| Componente                         | Liso Salvatore       |
| Componente                         | Margiotta Giuseppe   |
| Componente                         | Rossi Pietro         |
| Componente                         | Sgherza Francesco    |

| Composizione del Collegio dei revisori dei conti |                            |
|--------------------------------------------------|----------------------------|
| Presidente                                       | Mongelli Giuseppe          |
| Componenti effettivi                             | Dell'Atti Stefano          |
|                                                  | La Selva Domenico Marcello |

| Composizione dell'Organismo Indipendente di Valutazione |                     |
|---------------------------------------------------------|---------------------|
| in forma monocratica                                    | Romanazzi Salvatore |

*Governance e organigramma della Camera di Commercio di Bari*

| SETTORE                                               |     | SERVIZI                                                       |
|-------------------------------------------------------|-----|---------------------------------------------------------------|
| Gestione RU, Studi e rapporti enti istituzionali      | 1.1 | Gestione giuridica del personale                              |
|                                                       | 1.2 | Trattamento economico del personale                           |
|                                                       | 1.3 | Studi, ricerche e progetti comunitari, Ufficio stampa         |
| Gestione delle risorse e del patrimonio               | 2.1 | Bilancio                                                      |
|                                                       | 2.2 | Diritto annuale                                               |
|                                                       | 2.3 | Contabilità generale                                          |
|                                                       | 2.4 | Provveditorato                                                |
| Legale, fede pubblica, statistica e agricoltura       | 3.1 | Legale                                                        |
|                                                       | 3.2 | Tutela brevetti e regolazione attività economiche             |
|                                                       | 3.3 | Attività ispettive                                            |
|                                                       | 3.4 | Sanzioni amministrative                                       |
|                                                       | 3.5 | Statistica ed informazione economica                          |
|                                                       | 3.6 | Agricoltura                                                   |
|                                                       | 3.7 | Prezzi e servizi alle imprese                                 |
| Registro delle imprese                                | 4.1 | Conservatore                                                  |
|                                                       | 4.2 | Registro imprese società                                      |
|                                                       | 4.3 | Registro imprese ditte individuali                            |
|                                                       | 4.4 | Certificazioni, rapporti con l'utenza e procedure telematiche |
|                                                       | 4.5 | Artigianato                                                   |
| Albi ed elenchi professionali e attività promozionali | 5.1 | Albi ed elenchi professionali                                 |
|                                                       | 5.2 | Attività promozionali                                         |
| Ambiente e attività decentrate                        | 6.1 | Servizi decentrati                                            |
|                                                       | 6.2 | Servizio ambiente                                             |
| Segreteria generale                                   | A   | URP e comunicazioni istituzionali                             |
|                                                       | B   | Staff di Presidenza                                           |
|                                                       | C   | Staff di Direzione                                            |
|                                                       | D   | Struttura tecnica permanente OIV                              |

**Organizzazione interna.** Al vertice della Camera di Commercio c'è il Segretario generale, incaricato della gestione operativa dell'Ente. Assiste gli Organi istituzionali nello svolgimento delle loro funzioni. È designato dalla Giunta camerale ed è nominato dal Ministero dello Sviluppo Economico.

Il Segretario generale coordina i dirigenti, che sono responsabili del conseguimento degli obiettivi prefissati in relazione alle attività loro assegnate; essi adottano atti e provvedimenti amministrativi e spetta loro la gestione finanziaria, tecnica e amministrativa delle aree loro attribuite. Nominano i responsabili dei procedimenti amministrativi, coordinano e controllano l'attività degli uffici che da essi dipendono e dei responsabili dei procedimenti. Con decreto del Ministero dello Sviluppo Economico del 17/10/2013 è stata nominata Segretario Generale dell'Ente la dott.ssa Angela Patrizia Partipilo.

Per l'Anno 2014

| I Dirigenti della Camera di Commercio di Bari                          |                                             |
|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Segretario generale                                                    | Angela Patrizia Partipilo                   |
| Settore gestione risorse umane, studi e rapporti<br>Enti istituzionali | Angela Patrizia Partipilo <i>ad interim</i> |
| Settore gestione delle risorse e del patrimonio                        | Angela Patrizia Partipilo <i>ad interim</i> |
| Settore legale, fede pubblica, statistica e agricoltura                | Vincenzo Pignataro                          |
| Settore Registro delle imprese                                         | Angela Patrizia Partipilo <i>ad interim</i> |
| Settore albi ed elenchi professionali e attività<br>promozionali       | Angela Patrizia Partipilo <i>ad interim</i> |
| Settore ambiente e attività decentrate                                 | Vincenzo Pignataro <i>ad interim</i>        |

## LE CRITICITÀ ED OPPORTUNITÀ

Il Piano delle Performance è un nuovo strumento capace di rendere partecipi gli obiettivi che la Camera di Commercio si è data, garantendo trasparenza e intelligibilità ai suoi interlocutori; le imprese, le associazioni, le altre istituzioni pubbliche, i consumatori, i lavoratori dipendenti, i singoli cittadini e tutti i portatori di interesse rilevanti.

La pianificazione strategica della Camera di Commercio di Bari per l'anno 2014 presenta un'architettura fortemente innovativa, rispetto all'esercizio precedente, che ruota intorno a due "Pilastri": la classificazione per finalità di spesa delle Missioni rappresentative dell'attività dell'Ente e la programmazione dei Fondi strutturali europei 2014-2020.

Il "cambio di passo", in direzione di una maggiore efficacia e finalizzazione dell'azione camerale per una maggiore trasparenza del processo di allocazione delle risorse pubbliche e della destinazione delle stesse a politiche settoriali, si rende necessario alla luce del mutato quadro normativo che si arricchisce ora del Decreto MEF 27 marzo 2013, nonché degli scenari di sviluppo prefigurati dal prossimo ciclo di spesa comunitaria.

Da un canto, infatti, occorre assicurare la raccordabilità tra tutti i documenti in cui viene ad articolarsi il processo di pianificazione, programmazione e Budget dell'Amministrazione camerale per effetto del succitato Decreto, affinché si realizzi il fine ultimo di detto processo che è quello di far emergere gli obiettivi della spesa, di misurarne i risultati e monitorarne l'effettivo andamento in termini di servizi forniti e di interventi realizzati. Dall'altro, viene in rilievo l'opportunità di proiettare la vision dell'Ente su strategie "strutturali", per il sostegno ed il rilancio della nostra economia, alle quali sia riferibile il quadro delle risorse comunitarie destinate alla Regione Puglia nei prossimi sette anni.

Si evidenzia che la Camera di Commercio di Bari ha assolto, nelle more dell'emanazione del testo di riforma del D.P.R. n. 254/2005, agli obblighi di presentazione dei documenti di pianificazione nelle forme e nei termini previsti dal Decreto 27 marzo 2013.

La Relazione Previsionale e Programmatica annuale, in conformità al prospetto riassuntivo predisposto dal MISE, è stata strutturata secondo un'aggregazione per missioni e programmi accompagnata dalla corrispondente classificazione COFOG (Classification of the functions of government) di secondo livello.

Le "Missioni" rappresentano le "funzioni principali e gli obiettivi strategici perseguiti dalle Amministrazioni pubbliche nell'utilizzo delle risorse finanziarie, umane e strumentali ad esse destinate". Per le Camere di

Commercio sono quelle specifiche (“Competitività e sviluppo delle imprese”; “Regolazione dei Mercati”; “Commercio internazionale ed internazionalizzazione del sistema produttivo”) che il Ministero dello Sviluppo Economico ha individuato tra quelle del Bilancio dello Stato, ritenendole maggiormente rappresentative degli scopi istituzionali, delle funzioni principali ed obiettivi di tali Enti. All’interno delle suddette missioni sono state collocate le funzioni istituzionali di cui all’Allegato A) del D.P.R. n. 254/2005.

In attuazione del D.P.C.M. 12.12.2012 nella missione “Servizi istituzionali e generali”, che rappresenta una sorta di “contenitore residuale” al fine di preservare la classificazione delle missioni per finalità di spesa, vengono incluse tutte le spese di funzionamento dell’apparato amministrativo non attribuibili puntualmente alle missioni che rappresentano l’attività istituzionale dell’Ente.

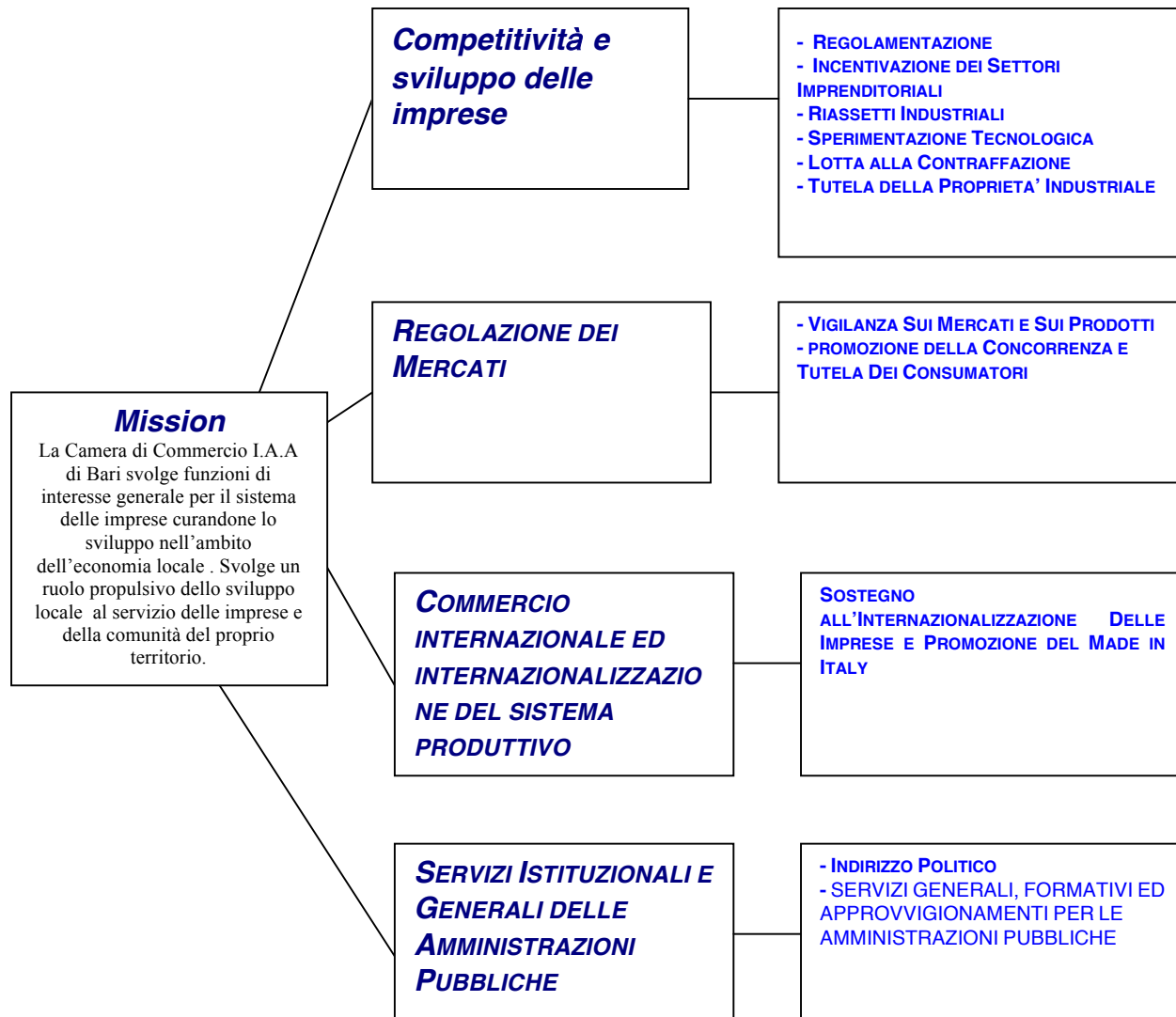
Diversamente, i “Programmi” rappresentano aggregati omogenei di attività volte a perseguire le finalità individuate nell’ambito delle medesime missioni, ciascuno dei quali è realizzato dall’Amministrazione attraverso un unico centro di responsabilità amministrativa. Tali Programmi, sottostanti le missioni di pertinenza, vengono individuati dalle Amministrazioni Pubbliche sulla base di una ricognizione delle attività svolte, configurando anche le unità di rappresentazione del Bilancio.

La Relazione Previsionale e Programmatica 2014 si completa con la specificazione, in base alle coordinate storizzate dal D.P.R. n. 254/2005, degli Obiettivi Strategici che la Camera si prefigge di raggiungere attraverso ciascun programma di attività, nonché delle Risorse Finanziarie destinate alla loro realizzazione.

Questa relazione sulla Performance dà conto dei risultati conseguiti rispetto agli obiettivi stabiliti con i documenti programmatici quali: Relazione Previsionale e Programmatica 2014, Bilancio preventivo 2014, Budget direzionale 2014 e assegnazione obiettivi, riportati nel Piano della Performance con riferimento all’anno 2014.

## OBIETTIVI STRATEGICI ED OBIETTIVI OPERATIVI PER IL PERIODO 2014 - 2016

### ALBERO DELLA PERFORMANCE



## RISULTATI RAGGIUNTI ANNO 2014

### 1. MISSION COMPETITIVITÀ E SVILUPPO DELLE IMPRESE

| Programma                                                                       | valenza obiettivo                                                           | descrizione                                                                                                                     | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| "VALORE ASSOLUTO"<br>Concorso di idee per iniziative imprenditoriali innovative | Obiettivo strategico                                                        | Favorire la nascita delle <i>start-up</i> innovative e la realizzazione dell'idea di <i>business</i> di aspiranti imprenditori. |         |                 |        | 100,00%         |
| "VALORE ASSOLUTO"<br>Concorso di idee per iniziative imprenditoriali innovative | Favorire la formazione degli <i>innovation manager</i> delle <i>startup</i> | Attività formative degli <i>innovation manager</i> delle <i>startup</i>                                                         | 100,00% | 1               | ≥1     | 100,00%         |

|   |   |   | Programma                                                                       | valenza obiettivo                                   | descrizione                                                                                                                                   | Peso   | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|---|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 1 |   | "VALORE ASSOLUTO"<br>Concorso di idee per iniziative imprenditoriali innovative | Obiettivo operativo                                 | Sostenere concretamente la nascita delle <i>start-up</i> innovative e la realizzazione dell'idea di <i>business</i> di aspiranti imprenditori |        |                 |        | 80,00%          |
| 1 | 1 | 1 | "VALORE ASSOLUTO"<br>Concorso di idee per iniziative imprenditoriali innovative | Favorire la costituzione <i>start-up</i> innovative | start up innovative costituite                                                                                                                | 40,00% | 10              | ≥21    | 50,00%          |
| 1 | 1 | 2 | "VALORE ASSOLUTO"<br>Concorso di idee per iniziative imprenditoriali innovative | Realizzare azioni di accompagnamento e tutoraggio   | start up innovative beneficiarie azioni di accompagnamento e tutoraggio                                                                       | 30,00% | 30              | ≥21    | 100,00%         |
| 1 | 1 | 3 | "VALORE ASSOLUTO"<br>Concorso di idee per iniziative imprenditoriali innovative | Organizzazione <i>innovation brokerage event</i>    | <i>innovation brokerage event</i>                                                                                                             | 30,00% | 1               | ≥1     | 100,00%         |

|   |   |   | Programma                        | valenza obiettivo                   | descrizione                                                                                                                                                                                                               | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|---|----------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 2 | 1 | INCUBATORI D'IMPRESA E COWORKING | Obiettivo strategico                | Promuovere nel 2014 gli incubatori d'impresa attraverso politiche dirette alla creazione di un ambiente fertile per la realizzazione dell'idea di <i>business</i> e per la sperimentazione di modelli di <i>coworking</i> |         |                 |        | 100,00%         |
| 1 | 2 | 1 | INCUBATORI D'IMPRESA E COWORKING | avviare modelli di <i>coworking</i> | numero modelli avviati                                                                                                                                                                                                    | 100,00% | 1               | ≥1     | 100,00%         |

|   |   |   | Programma                        | valenza obiettivo                                          | descrizione                                                                                                                                   | Peso   | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|---|----------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 2 | 1 | INCUBATORI D'IMPRESA E COWORKING | Obiettivo operativo                                        | Sostenere concretamente la nascita delle <i>start-up</i> innovative e la realizzazione dell'idea di <i>business</i> di aspiranti imprenditori |        | 100%            |        | 100,00%         |
| 1 | 2 | 1 | INCUBATORI D'IMPRESA E COWORKING | realizzare ambienti per sviluppare idee di <i>business</i> | ambienti per la realizzazione idea di <i>business</i>                                                                                         | 30,00% | 1               | ≥1     | 100,00%         |
| 1 | 2 | 2 | INCUBATORI D'IMPRESA E COWORKING | promuovere l'adesione al modello di <i>coworking</i>       | adesioni al modello di <i>coworking</i>                                                                                                       | 70,00% | n.d.*           | ≥5     | n.d.            |

\* le adesioni, stante l'attivazione nel mese di dicembre 2014, avverranno nel corso dell'anno 2015

|   |   |  |  | Programma                                                                | valenza obiettivo                                                  | descrizione                                                                                                                                                  | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|--|--|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 3 |  |  | "GIFT 2.0 - Grecia/Italia Facilities per i Trasporti e la Logistica 2.0" | Obiettivo strategico                                               | Miglioramento dell'accessibilità e della mobilità dei passeggeri e delle merci nell'area adriatico-ionica attraverso un sistema informatico transfrontaliero |         |                 |        | 100,00%         |
| 1 | 3 |  |  | "GIFT 2.0 - Grecia/Italia Facilities per i Trasporti e la Logistica 2.0" | Realizzare specifiche attività formative ed informative realizzate | Attività formative ed informative realizzate                                                                                                                 | 100,00% | 4               | ≥2     | 100,00%         |

|   |   |   |  | Programma                                                                | valenza obiettivo                                             | descrizione                                                                                                                                                  | Peso   | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|---|--|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 3 |   |  | "GIFT 2.0 - Grecia/Italia Facilities per i Trasporti e la Logistica 2.0" | Obiettivo operativo                                           | Miglioramento dell'accessibilità e della mobilità dei passeggeri e delle merci nell'area adriatico-ionica attraverso un sistema informatico transfrontaliero |        |                 |        | 100,00%         |
| 1 | 3 | 1 |  | "GIFT 2.0 - Grecia/Italia Facilities per i Trasporti e la Logistica 2.0" | Realizzare azioni di sensibilizzazione                        | Azioni di sensibilizzazione                                                                                                                                  | 70,00% | 4               | ≥ 2    | 100,00%         |
| 1 | 3 | 2 |  | "GIFT 2.0 - Grecia/Italia Facilities per i Trasporti e la Logistica 2.0" | favorire la partecipazione di imprese ad interventi formativi | Imprese beneficiarie di interventi formativi                                                                                                                 | 30,00% | n.d.*           | ≥10    | n.d.            |

\* attività riprogrammata per 'esercizio 2015

|   |   |  |  | Programma | valenza obiettivo                                                | descrizione                                                                                                                                       | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|--|--|-----------|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 4 |  |  | M.A.A.B.  | Obiettivo strategico                                             | Capitalizzazione società per pagamento oneri e indennità opere primo stralcio funzionale e per attivazione procedura assegnazione 16boxrealizzati |         |                 |        | n.d.            |
| 1 | 4 |  |  | M.A.A.B.  | Riduzione importo fideiussione rispetto all'esercizio precedente | Riduzione fideiussione rispetto all'esercizio precedente / Importo fideiussione esercizio precedente                                              | 100,00% | n.d.**          | >50%   | n.d.            |

\*\* situazione di attesa nel corso dell'anno 2014 del rilascio della delega per l'esproprio da parte del Comune di Bari

|   |   |   |  | Programma | valenza obiettivo                                                                                                               | descrizione                                                                                                                                     | Peso    | Valore ottenuto       | Target                  | % Realizzazione |
|---|---|---|--|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------------|-------------------------|-----------------|
| 1 | 4 |   |  | M.A.A.B.  | Obiettivo operativo                                                                                                             | Capitalizzazione società per pagamento oneri e indennità opere primo stralcio funzionale e attivazione procedura assegnazione 16 box realizzati | 100,00% |                       |                         | n.d.            |
| 1 | 4 | 1 |  | M.A.A.B.  | Stanziamiento per la copertura del costo degli oneri espropriativi e di urbanizzazione                                          | Percentuale utilizzo stanziamento per la copertura del costo degli oneri espropriativi e di urbanizzazione                                      | 30,00%  | n.d.**                | ≥40%                    | n.d.            |
| 1 | 4 | 2 |  | M.A.A.B.  | Utilizzo stanziamento per la copertura del costo indennità di occupazione ed indennità per reiterazione del vincolo su area PIP | Percentuale utilizzo stanziamento per la copertura del costo indennità di occupazione ed indennità per reiterazione del vincolo su area PIP     | 30,00%  | n.d.**                | ≥ 40%                   | n.d.            |
| 1 | 4 | 3 |  | M.A.A.B.  | Attivazione procedura assegnazione 16 box realizzati                                                                            | Attivazione procedura assegnazione 16 box realizzati                                                                                            | 40,00%  | attivata procedura*** | Entro il 30 giugno 2014 | 100%            |

\*\* situazione di attesa nel corso dell'anno 2014 del rilascio della delega per l'esproprio da parte del Comune di Bari

\*\*\* assegnati 9 box nel 2014; per i restanti 7 si darà corso a nuova procedura nel 2015

|   |   |  |  | Programma                                                                   | valenza obiettivo                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|--|--|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 5 |  |  | FONDO CENTRALE DI GARANZIA A SUPPORTO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE PMI | Obiettivo strategico                                                            | Consentire alle imprese iscritte presso il Registro delle Imprese della Camera di Commercio di Bari di ottenere una co-garanzia e una controgaranzia del Fondo centrale su finanziamenti bancari garantiti da un Consorzio Fidi e destinati a finanziare la realizzazione di interventi per l'internazionalizzazione attraverso il Fondo Centrale di garanzia |         |                 |        | n.d.            |
| 1 | 5 |  |  | FONDO CENTRALE DI GARANZIA A SUPPORTO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE PMI | Incremento numero delle imprese beneficiarie dell'intervento del Fondo – (100%) | Rapporto Imprese beneficiarie anno t /Imprese beneficiarie anno t – 1                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 100,00% | n.d.****        | >1     | n.d.            |

\*\*\*\*Rilevata mancanza di interesse da parte delle imprese

|   |   |   |  | Programma                                                                   | valenza obiettivo                                                               |                                                                                    | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|---|--|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 5 |   |  | FONDO CENTRALE DI GARANZIA A SUPPORTO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE PMI | Obiettivo operativo                                                             | Sviluppo temporale del numero delle imprese beneficiarie dell'intervento del Fondo |         |                 |        | n.d.            |
| 1 | 5 | 1 |  | FONDO CENTRALE DI GARANZIA A SUPPORTO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE PMI | Incremento numero delle imprese beneficiarie dell'intervento del Fondo – (100%) | rapporto Imprese beneficiarie anno 2014 /Imprese beneficiarie anno 2013)           | 100,00% | n.d.****        | >1     | n.d.            |

\*\*\*\*Rilevata mancanza di interesse da parte delle imprese

|   |   |  |  | Programma        | valenza obiettivo                                                                                                                                       | descrizione                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|--|--|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 6 |  |  | "NUOVI GERMOGLI" | Obiettivo strategico                                                                                                                                    | Orientare, formare e finanziare 35 beneficiari che intendano conseguire la qualifica professionale di potatori/innestatori (così come tratteggiata nel Repertorio delle professioni ISFOL); Promuoverne e sostenerne l'auto-impiego attraverso la creazione di altrettante nuove imprese attive nel settore della potatura, dell'innesto e dell'assistenza specializzata ad aziende del settore primario; Finanziare queste start-up attraverso contributi in conto capitale e una adeguata disseminazione alle aziende agricole potenzialmente committenti. |         |                 |        | 100,00%         |
| 1 | 6 |  |  | "NUOVI GERMOGLI" | Iniziative di divulgazione per promuoverne e sostenerne l'auto-impiego attraverso la creazione di altrettante nuove imprese attive nel settore primario | Iniziative anno t/iniziative anno t.-1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 100,00% | 1               | >= 1   | 100,00%         |

|   |   |   |  | Programma        | valenza obiettivo                                                  | descrizione                                                                                                                                                                                      | Peso   | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|---|--|------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 6 |   |  | "NUOVI GERMOGLI" | Obiettivo operativo                                                | Promuoverne e sostenerne l'auto-impiego attraverso la creazione di nuove imprese attive nel settore della potatura, dell'innesto e dell'assistenza specializzata ad aziende del settore primario |        |                 |        | 78,57%          |
| 1 | 6 | 1 |  | "NUOVI GERMOGLI" | Formare nuove e qualificate figure professionali per l'agricoltura | Potatori/innestatori                                                                                                                                                                             | 50,00% | 20              | ≥35    | 57,14%          |
| 1 | 6 | 2 |  | "NUOVI GERMOGLI" | Favorire la nascita di nuove aziende agricole                      | Nuove aziende agricole attivate                                                                                                                                                                  | 50,00% | 12              | ≥5     | 100,00%         |

|   |   |  |  | Programma              | valenza obiettivo    | descrizione                                                            | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|--|--|------------------------|----------------------|------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 7 |  |  | PROGETTI DI FORMAZIONE | Obiettivo strategico | Aumento del numero dei percorsi formativi e del numero dei destinatari |         |                 |        | 100,00%         |
| 1 | 7 |  |  | PROGETTI DI FORMAZIONE | Percorsi formativi   | numero                                                                 | 100,00% | 25              | ≥ 2    | 100,00%         |

|   |   |   |  | Programma              | valenza obiettivo                              | descrizione                                                                      | Peso   | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|---|--|------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 7 | 1 |  | PROGETTI DI FORMAZIONE | Obiettivo operativo                            | Promuovere nuovi percorsi formativi ed il numero dei destinatari                 |        |                 |        | 100,00%         |
| 1 | 7 | 1 |  | PROGETTI DI FORMAZIONE | Incremento percorsi formativi                  | Numero corsi 2014/ numero corsi 2013                                             | 50,00% | 1,47            | >1     | 100,00%         |
| 1 | 7 | 2 |  | PROGETTI DI FORMAZIONE | Incremento operatori economici formati - (50%) | Numero operatori economici formati 2014/ numero operatori economici formati 2013 | 50,00% | 1,40            | >1     | 100,00%         |

|   |   |  |  | Programma                        | valenza obiettivo     | descrizione                                                                                                                                  | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|--|--|----------------------------------|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 8 |  |  | PROMOZIONE DIVISIONE GEMMOLOGICA | Obiettivo strategico  | Promozione della nuova Divisione Gemmologica organizzando eventi finalizzati alla divulgazione dei nuovi servizi dell'Azienda Speciale SAMER |         |                 |        | 100,00%         |
| 1 | 8 |  |  | PROMOZIONE DIVISIONE GEMMOLOGICA | Organizzazione eventi | Numero                                                                                                                                       | 100,00% | 1               | ≥ 1    | 100,00%         |

|   |   |   |  | Programma                        | valenza obiettivo                       | descrizione                       | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|---|--|----------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 8 | 1 |  | PROMOZIONE DIVISIONE GEMMOLOGICA | Obiettivo operativo                     | Avvio nuova Divisione Gemmologica |         |                 |        | 100,00%         |
| 1 | 8 | 1 |  | PROMOZIONE DIVISIONE GEMMOLOGICA | Favorire lo sviluppo del nuovo servizio | Utenti nuovo servizio             | 100,00% | 80,00           | >50    | 100,00%         |

|   |   |  |  | Programma                                                                    | valenza obiettivo        | descrizione                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Peso    | Valore ottenuto  | Target | % Realizzazione |
|---|---|--|--|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|------------------|--------|-----------------|
| 1 | 9 |  |  | DIVISIONE "RICERCA E SVILUPPO PER LA VALORIZZAZIONE DEL COMPARTO ALIMENTARE" | Obiettivo strategico     | Creare un Centro di produzione e raccolta dei dati analitici ottenuti con tecniche tradizionali ed innovative, che potrà essere proposto come punto di riferimento nazionale per il riconoscimento e la valutazione delle caratteristiche chimico-fisiche, nonché organolettiche, dei prodotti agroalimentari. |         |                  |        | 100,00%         |
| 1 | 9 |  |  | DIVISIONE "RICERCA E SVILUPPO PER LA VALORIZZAZIONE DEL COMPARTO ALIMENTARE" | Avanzamento del progetto | Stato di avanzamento del progetto                                                                                                                                                                                                                                                                              | 100,00% | banca dati / 50% | ≥30%   | 100,00%         |

|   |   |   |  | Programma                                                                    | valenza obiettivo                             | descrizione                                                               | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|---|--|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 9 | 1 |  | DIVISIONE "RICERCA E SVILUPPO PER LA VALORIZZAZIONE DEL COMPARTO ALIMENTARE" | Obiettivo operativo                           | Avvio Centro di produzione e raccolta dati caratteristiche agroalimentari |         |                 |        | 100,00%         |
| 1 | 9 | 1 |  | DIVISIONE "RICERCA E SVILUPPO PER LA VALORIZZAZIONE DEL COMPARTO ALIMENTARE" | Realizzazione analisi dei bisogni e mappatura | analisi dei bisogni e mappatura                                           | 100,00% | report          | 1      | 100,00%         |

|   |    |  |  | Programma                                         | valenza obiettivo              | descrizione                                                                                                                                                                                                                                           | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|----|--|--|---------------------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 10 |  |  | CONTROLLO DEI PRODOTTI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE | Obiettivo strategico           | Implementare, nel settore agroalimentare, le attività di controllo, audit, analisi, certificazione, assicurazione della qualità a supporto dell'Organismo di certificazione CCIAA di Bari rispetto ad oli DOP, vini DOC e DOCG e prodotti tipici IGP. |         |                 |        | 100,00%         |
| 1 | 10 |  |  | CONTROLLO DEI PRODOTTI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE | Incremento analisi laboratorio | Numero analisi laboratorio anno t/ numero analisi laboratorio anno t-1)                                                                                                                                                                               | 100,00% | 1,24            | ≥1     | 100,00%         |

|   |    |   |  | Programma                                         | valenza obiettivo                 | descrizione                                                                                                  | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|----|---|--|---------------------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 10 | 1 |  | CONTROLLO DEI PRODOTTI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE | Obiettivo operativo               | Promuoverne servizi di controllo SAMER                                                                       |         |                 |        | 100,00%         |
| 1 | 10 | 1 |  | CONTROLLO DEI PRODOTTI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE | Incremento analisi di laboratorio | (analisi di laboratorio anno 2014 - analisi di laboratorio anno 2013)*100 / analisi di laboratorio anno 2013 | 100,00% | 24,16%          | ≥5%    | 100,00%         |

|   |    |  |  | Programma                                                         | valenza obiettivo                 | descrizione                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|----|--|--|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 11 |  |  | QUALITA' DELLE ANALISI DI LABORATORIO PER IL CONTROLLO AMBIENTALE | Obiettivo strategico              | Incrementare il numero di analisi di laboratorio accreditate ACCREDIA al fine di migliorare la qualità dell'offerta analitica di SAMER. Potenziare le attività di supporto per il controllo ambientale. In particolare si prevede di svolgere analisi delle acque (screening completo su acque potabili, industriali, minerali e di balneazione) e dei rifiuti, contenitori ed imballaggi (terreni, rocce da scavo, materiali da riutilizzo, rifiuti veri e propri, fanghi di varia natura ecc.). | 100,00% |                 |        | 100,00%         |
| 1 | 11 |  |  | QUALITA' DELLE ANALISI DI LABORATORIO PER IL CONTROLLO AMBIENTALE | Incremento analisi di laboratorio | numero analisi di laboratorio anno t/<br>numero analisi di laboratorio anno t-1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 100,00% | 1,05            | >1     | 100,00%         |

|   |    |   |  | Programma                                                         | valenza obiettivo                                | descrizione                                                                                                     | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|----|---|--|-------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 11 | 1 |  | QUALITA' DELLE ANALISI DI LABORATORIO PER IL CONTROLLO AMBIENTALE | Obiettivo operativo                              | Promuoverne servizi di controllo SAMER                                                                          |         |                 |        | 100,00%         |
| 1 | 11 | 1 |  | QUALITA' DELLE ANALISI DI LABORATORIO PER IL CONTROLLO AMBIENTALE | Realizzazione di maggiori analisi di laboratorio | (analisi di laboratorio anno 2014 - analisi di laboratorio anno 2013)*100 /<br>analisi di laboratorio anno 2013 | 100,00% | 0,051           | > 5%   | 100,00%         |

## 2. MISSION REGOLAZIONE DEI MERCATI

|   |   |  |  | Programma                                                                                                              | valenza obiettivo                                                         | descrizione                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 2 | 1 |  |  | PROTOCOLLI D'INTESA per la diffusione della Mediazione civile e commerciale e per lo sviluppo della Mediazione on-line | Obiettivo strategico                                                      | Promuovere iniziative di comunicazione, di informazione e formazione per le imprese, a creare un Osservatorio per il monitoraggio delle attività avviate a livello territoriale, a favorire l'accesso allo strumento web Conciliacamera per la compilazione e l'invio telematico delle domande, a favorire la condivisione di risorse tra le Camere di Commercio e le Associazioni territoriali aderenti per lo sviluppo dell'accesso ai servizi, ad incentivare l'inserimento della clausola di mediazione camerale nei contratti. |         |                 |        | 100,00%         |
| 2 | 1 |  |  | PROTOCOLLI D'INTESA per la diffusione della Mediazione civile e commerciale e per lo sviluppo della Mediazione on-line | Attività di comunicazione, di informazione e di formazione per le imprese | Numero                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 100,00% | 1               | ≥ 1    | 100,00%         |

|   |   |   |  | Programma                                                                                                              | valenza obiettivo                                            | descrizione                                                                                         | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|---|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 2 | 1 | 1 |  | PROTOCOLLI D'INTESA per la diffusione della Mediazione civile e commerciale e per lo sviluppo della Mediazione on-line | Obiettivo operativo                                          |                                                                                                     |         |                 |        | 100,00%         |
| 2 | 1 | 1 |  | PROTOCOLLI D'INTESA per la diffusione della Mediazione civile e commerciale e per lo sviluppo della Mediazione on-line | Incremento procedure di mediazione obbligatorie amministrate | Numero mediazione obbligatorie amministrate 2014 / numero mediazione obbligatorie amministrate 2013 | 100,00% | 3               | >1     | 100,00%         |

|   |   |   |  | Programma | valenza obiettivo                                 | descrizione                                                                                             | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|---|--|-----------|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 2 | 1 | 1 |  | "FOODING" | Obiettivo operativo                               | Rafforzare la competitività delle PMI                                                                   |         |                 |        | 100,00%         |
| 2 | 1 | 1 |  | "FOODING" | Rapporto numero imprese neo – internazionalizzate | Numero imprese neo – internazionalizzate anno 2014 / numero imprese neo – internazionalizzate anno 2013 | 100,00% | 1,4             | >1     | 100,00%         |

### 3. MISSION COMPETITIVITA' E SVILUPPO DELLE IMPRESE, COMMERCIO INTERNAZIONALE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO

|   |   |  |  | Programma         | valenza obiettivo                                                       | descrizione                                                                                                                                                                                                                   | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|--|--|-------------------|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 3 | 1 |  |  | "CUL-TUR" & BRAND | Obiettivo strategico                                                    | Integrare gli interventi di promozione dell'offerta delle eccellenze locali (territorio, ospitalità ed accoglienza, arte e cultura, sistema fieristico/congressuale) per una maggiore riconoscibilità del brand territoriale. |         |                 |        | 100,00%         |
| 3 | 1 |  |  | "CUL-TUR" & BRAND | Interventi integrati di promozione dell'offerta delle eccellenze locali | Numero                                                                                                                                                                                                                        | 100,00% | 40              | > 2    | 100,00%         |

|   |   |   |  | Programma         | valenza obiettivo                                                                | descrizione                                                                                                                                                                                                                                      | Peso   | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|---|--|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------------|--------|-----------------|
| 3 | 1 | 1 |  | "CUL-TUR" & BRAND | Obiettivo operativo                                                              | Attività dirette ad integrare gli interventi di promozione dell'offerta delle eccellenze locali (territorio, ospitalità ed accoglienza, arte e cultura, sistema fieristico/congressuale) per una maggiore riconoscibilità del brand territoriale |        |                 |        | 100,00%         |
| 3 | 1 | 1 |  | "CUL-TUR" & BRAND | Azioni integrate di promozione dell'offerta delle eccellenze locali – territorio | Numero                                                                                                                                                                                                                                           | 40,00% | 40              | ≥1     | 100,00%         |
| 3 | 1 | 2 |  | "CUL-TUR" & BRAND | Panel eccellenze territoriali oggetto azioni integrate di promozione             | Numero                                                                                                                                                                                                                                           | 40,00% | 2               | ≥2     | 100,00%         |
| 3 | 1 | 3 |  | "CUL-TUR" & BRAND | Sviluppo temporale afflusso turistico Terra di Bari                              | Afflusso turistico Terra di Bari 2014/<br>afflusso turistico Terra di Bari 2013                                                                                                                                                                  | 20,00% | >1              | >1     | 100,00%         |

|   |   |  |  | Programma           | valenza obiettivo                                                                         | descrizione                                                                                                                                                                                                                                                   | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|--|--|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 3 | 2 |  |  | MERCATO DELLE FIERE | Obiettivo strategico                                                                      | Rafforzare l'integrazione e le sinergie operative tra tutti i principali attori del processo di internazionalizzazione, garantendo un maggior coordinamento degli interventi, evitando sovrapposizioni e dispersioni e massimizzando l'efficacia delle azioni | 100,00% |                 |        | 100,00%         |
| 3 | 2 |  |  | MERCATO DELLE FIERE | Sinergie operative attuate tra i principali attori del processo di internazionalizzazione | Numero                                                                                                                                                                                                                                                        | 100,00% | 4               | >2     | 100,00%         |

|   |   |   |  | Programma           | valenza obiettivo                                                                   | descrizione                                                                          | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|---|--|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 3 | 2 | 1 |  | MERCATO DELLE FIERE | Obiettivo operativo                                                                 | Migliorare l'organizzazione diretta a favorire il processo di internazionalizzazione | 100,00% |                 |        | 100,00%         |
| 3 | 2 | 1 |  | MERCATO DELLE FIERE | Fiere collettive con la gestione collettiva della partecipazione da parte dell'Ente | Numero                                                                               | 50,00%  | 4               | ≥2     | 100,00%         |
| 3 | 2 | 2 |  | MERCATO DELLE FIERE | Imprese partecipanti                                                                | Numero                                                                               | 50,00%  | >10             | ≥2     | 100,00%         |

#### 4. MISSION SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE

|   |   |  |  | Programma                                     | valenza obiettivo                                                        | descrizione                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|--|--|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 4 | 1 |  |  | MARKETING DEI SERVIZI E COMUNICAZIONE ESTERNA | Obiettivo strategico                                                     | Annullare il gap informativo e accrescere il numero di utenti che hanno accesso ai suoi servizi;<br>Trasformare il contatto occasionale in un rapporto stabile di assistenza specialistica a 360° gradi;<br>Progettare "pacchetti integrati di servizi" idonei a dare risposte concrete e personalizzate in relazione ai target di riferimento;<br>Organizzare il portale web camerale dando evidenza ai diversi target | 100,00% |                 |        | 100,00%         |
| 4 | 1 |  |  | MARKETING DEI SERVIZI E COMUNICAZIONE ESTERNA | Realizzare iniziative intraprese per migliorare la comunicazione esterna | Iniziativa intrapresa 0 per migliorare la comunicazione esterna                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 100,00% | 6               | > 2    | 100,00%         |

|   |   |   |  | Programma                                     | valenza obiettivo                                 | descrizione                                                                     | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|---|--|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 4 | 1 | 1 |  | MARKETING DEI SERVIZI E COMUNICAZIONE ESTERNA | Obiettivo operativo                               | Valorizzazione dell'informazione economica locale                               | 100,00% |                 |        | 100,00%         |
| 4 | 1 | 1 |  | MARKETING DEI SERVIZI E COMUNICAZIONE ESTERNA | Valorizzazione dell'informazione economica locale | Numero studi e analisi pubblicati 2014 / numero studi e analisi pubblicati 2013 | 50,00%  | 1,25            | >1     | 100,00%         |
| 4 | 1 | 2 |  | MARKETING DEI SERVIZI E COMUNICAZIONE ESTERNA | Incremento numero di incontri di studio           | Numero incontri di studio 2014 / numero incontri di studio 2013)                | 50,00%  | 1,17            | >1     | 100,00%         |

|   |   |  |  | Programma                                       | valenza obiettivo                                        | descrizione                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|--|--|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 4 | 2 |  |  | PIANO ANNUALE 2014 OPERE RELATIVE AGLI IMMOBILI | Obiettivo strategico                                     | Realizzare un risparmio energetico;<br>Evitare il degrado del Palazzo camerale costituente bene storico vincolato;<br>Riorganizzare il front-office in considerazione della minore affluenza dell'utenza agli Sportelli conseguente alle innovazioni introdotte dal Codice dell'Amministrazione Digitale | 100,00% |                 |        | n.d.            |
| 4 | 2 |  |  | PIANO ANNUALE 2014 OPERE RELATIVE AGLI IMMOBILI | Riduzione oneri complessivi di gestione servizi camerali | Oneri complessivi di gestione servizi camerali anno t / oneri complessivi di gestione servizi camerali anno t-1                                                                                                                                                                                          | 100,00% | n.d.*           | <1     | n.d.            |

\* Nel corso dell'esercizio 2014 è stata espletata la gara per realizzazione dell'impianto fotovoltaico, relativa al global service e alla manutenzione straordinaria. I dati relativi all'economie realizzate saranno, pertanto, disponibili nel 2015

|   |   |   |  | Programma                                       | valenza obiettivo                                        | descrizione                                                                                               | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|---|--|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 4 | 2 | 1 |  | PIANO ANNUALE 2014 OPERE RELATIVE AGLI IMMOBILI | Obiettivo operativo                                      | Realizzazione di opere che assicurino una maggiore efficienza in termini di costi di gestione             | 100,00% |                 |        | n.d.            |
| 4 | 2 | 1 |  | PIANO ANNUALE 2014 OPERE RELATIVE AGLI IMMOBILI | Percentuale di utilizzo budget                           | Risorse previste 2014 / risorse utilizzate 2014                                                           | 50,00%  | n.d.**          | ≥60%   | n.d.            |
| 4 | 2 | 2 |  | PIANO ANNUALE 2014 OPERE RELATIVE AGLI IMMOBILI | Riduzione oneri complessivi di gestione servizi camerali | Oneri complessivi di gestione servizi camerali 2014/ oneri complessivi di gestione servizi camerali 2013) | 50,00%  | n.d.***         | <1     | n.d.            |

\*\* risorse riprogrammate per completamento fase di gara nell'esercizio 2014 ed esecuzione nel 2015

\*\*\* Nel corso dell'esercizio 2014 è stata espletata la gara per realizzazione dell'impianto fotovoltaico, relativa al global service e alla manutenzione straordinaria. I dati relativi all'economie realizzate saranno, pertanto, disponibili nel 2015

|   |   |  |  | Programma                                                              | valenza obiettivo                | descrizione                                                                                          | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|--|--|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 4 | 3 |  |  | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Obiettivo strategico             | Orientare la gestione camerale verso un modello di maggiore efficienza                               | 100,00% |                 |        | 92,00%          |
| 4 | 3 |  |  | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Riduzione spese di funzionamento | Spese di funzionamento sostenute nell'anno t / totale spese di funzionamento sostenute nell'anno t-1 | 100,00% | 1,08            | <1     | 92,00%          |

|   |   |   |  | Programma                                                              | valenza obiettivo                                                         | descrizione                                                                                                                                 | Peso    | Valore ottenuto | Target | % Realizzazione |
|---|---|---|--|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------|-----------------|
| 4 | 3 | 1 |  | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Obiettivo operativo                                                       | Riorganizzazione dei processi finalizzata al miglioramento qualitativo dei servizi erogati e alla implementazione e gestione nuove attività | 100,00% |                 |        | 99,47%          |
| 4 | 3 | 1 |  | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Miglioramento del sistema di monitoraggio interno della gestione camerale | Numero report monitoraggio della performance anno 2014 / numero report monitoraggio della performance anno 2013                             | 6,67%   | 1               | ≥1     | 100,00%         |
| 4 | 3 | 2 |  | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Migliorare la gestione delle attività inerenti il diritto annuale         | Emissione ruolo per omessi pagamenti annualità                                                                                              | 6,67%   | si              | si     | 100,00%         |
| 4 | 3 | 3 |  | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI                     | Migliorare la gestione delle attività inerenti il Registro delle imprese  | Numero posizioni oggetto di cancellazione * 100/numero posizione da assoggettare alla cancellazione                                         | 6,67%   | 100,00%         | 40,00% | 100,00%         |

|   |   |    |   |                                                                        |                                                                                                       |                                                                                                                                                                          |       |      |      |         |
|---|---|----|---|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------|------|---------|
|   |   |    |   | MAGGIORE EFFICIENZA                                                    |                                                                                                       |                                                                                                                                                                          |       |      |      |         |
| 4 | 3 | 4  |   | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Migliorare efficienza gestione pratiche Registro delle imprese                                        | Tempo medio di evasione delle pratiche RI al netto della sospensione dell'anno 2014/ tempo medio di evasione delle pratiche RI al netto della sospensione dell'anno 2013 | 6,67% | 0,96 | ≤1   | 100,00% |
| 4 | 3 | 5  |   | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Attuazione disposizione prevista la Legge regionale n. 24/2013 sull'artigianato in Puglia             | Implementazione procedure interne                                                                                                                                        | 6,67% | si   | si   | 100,00% |
| 4 | 3 | 6  |   | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Gestione procedure amministrative inerenti contributi diretti alle imprese                            | Pratiche complessivamente istruite                                                                                                                                       | 6,67% | 706  | ≥250 | 100,00% |
| 4 | 3 | 7  | 1 | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Attuazione disposizioni Legge n. 190/2012 sull'anticorruzione                                         | Aggiornamento Piano anti corruzione                                                                                                                                      | 2,22% | si   | si   | 100,00% |
| 4 | 3 | 7  | 2 | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Attuazione disposizioni Legge n. 190/2012 sull'anticorruzione                                         | Interventi di <i>audit</i> in ottica di prevenzione della corruzione                                                                                                     | 2,22% | 2    | ≥2   | 100,00% |
| 4 | 3 | 7  | 3 | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Attuazione disposizioni Legge n. 190/2012 sull'anticorruzione                                         | Interventi formativi adottati in ottica anticorruzione                                                                                                                   | 2,22% | 6    | ≥2   | 100%    |
| 4 | 3 | 8  | 1 | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Implementazione Sezione Trasparenza del sito internet                                                 | Aggiornamento Piano Triennale per la Trasparenza                                                                                                                         | 2,67% | si   | si   | 80,00%  |
| 4 | 3 | 8  | 2 | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Implementazione Sezione Trasparenza del sito internet                                                 | Interventi di monitoraggio                                                                                                                                               | 2,00% | 2    | ≥2   | 100,00% |
| 4 | 3 | 8  | 3 | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Implementazione Sezione Trasparenza del sito internet                                                 | Realizzazione Giornata formativa ed informativa sulla trasparenza                                                                                                        | 2,00% | si   | si   | 100,00% |
| 4 | 3 | 9  |   | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Adempimenti in materia di incompatibilità sugli incarichi ex D.Lgs. n. 39/2013                        | Realizzazione monitoraggio                                                                                                                                               | 6,67% | si   | si   | 100,00% |
| 4 | 3 | 10 |   | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Adeguamento procedure interne in relazione all'implementazione dell'applicativo informatico acquisito | Attivazione nuova procedura informatica Gestione delle presenze                                                                                                          | 6,67% | si   | si   | 100,00% |

|   |   |    |                                                                        |                                                                         |                                                                                                       |                                                                                                                                                   |        |        |         |         |
|---|---|----|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|---------|---------|
| 4 | 3 | 11 | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Gestione del servizio sostitutivo della mensa con procedure telematiche | Attivazione nuova procedura informatica servizio sostitutivo della mensa                              | 6,67%                                                                                                                                             | si     | si     | 100,00% |         |
| 4 | 3 | 12 | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Razionalizzazione delle spese legali                                    | Rapporto numero cause trattate d'ufficio *100 / numero procedimenti pendenti della Camera             | 6,67%                                                                                                                                             | 94,29% | ≥80%   | 100,00% |         |
| 4 | 3 | 13 | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA | Ridurre i tempi di pagamento                                            | Tempo medio di pagamento anno 2014/ tempo medio di pagamento anno 2013                                | 6,67%                                                                                                                                             | 0,84   | ≤ 0,95 | 100,00% |         |
| 4 | 3 | 14 | 1                                                                      | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA  | Realizzare attività formative per gli operatori della Camera, per i grandi utenti e per i consulenti. | Formazione realizzata                                                                                                                             | 3,33%  | 22     | ≥2      | 100,00% |
| 4 | 3 | 14 | 2                                                                      | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA  | Realizzare attività formative per gli operatori della Camera, per i grandi utenti e per i consulenti. | Livello di interesse degli utenti                                                                                                                 | 3,33%  | 1100   | ≥100    | 100,00% |
| 4 | 3 | 15 |                                                                        | ORIENTARE LA GESTIONE CAMERALE VERSO UN MODELLO DI MAGGIORE EFFICIENZA  | Miglioramento gestione pratiche attraverso sportelli decentrati                                       | Numero pratiche lavorate presso gli sportelli decentrati nell'anno 2014 / numero pratiche lavorate presso gli sportelli decentrati nell'anno 2013 | 6,67%  | 1,06   | ≥1      | 100,00% |

## OBIETTIVI INDIVIDUALI

Nel Piano della Performance 2014 – 2016 con riferimento all'anno 2014 in relazione a ciascun obiettivo strategico ed operativo sono stati individuati i Settori coinvolti. Con particolare riferimento ai risultati operativi sono stati altresì individuati il Servizio responsabile e le risorse umane coinvolte nella realizzazione degli stessi. Detti obiettivi sono stati ricavati dai documenti di programmazione dell'Ente (RPP 2014, Bilancio Preventivo 2014 e suo aggiornamento).

Questa relazione dà conto del livello del raggiungimento degli obiettivi richiamati da parte del Segretario Generale e dei Dirigenti camerali e conseguentemente del livello di raggiungimento degli obiettivi da parte delle Strutture organizzative dagli stessi dirette.

## RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITA'

### I dati economico-contabili

| Proventi correnti                            |                      |                      |                      |
|----------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                                              | 2012<br>[Consuntivo] | 2013<br>[Consuntivo] | 2014 [Consuntivo]    |
| Diritto annuale                              | 25.946.321,67        | 25.945.871,69        | 25.560.917,65        |
| Diritti di segreteria                        | 5.384.866,10         | 5.829.564,89         | 5.183.676,97         |
| Contributi, trasferimenti e<br>altre entrate | 2.361.090,08         | 2.874.973,22         | 1.128.083,58         |
| Proventi gestione beni e<br>servizi          | 589.699,35           | 614.222,20           | 614.451,45           |
| Variazione rimanenze                         | 24.454,70            | -27.285,02           | -13.178,82           |
| <b>TOTALE</b>                                | <b>34.306.431,90</b> | <b>35.237.346,98</b> | <b>32.473.950,83</b> |

Nella voce diritto annuale è compresa l'iscrizione del diritto annuale dovuto e non versato (credito) per l'esercizio 2014, nonché delle relative sanzioni ed interessi, in conformità alle indicazioni riportate nella Circolare del Ministero dello Sviluppo Economico n. 3622/C del 05.02.2009.

Detto importo è stato svalutato, con le modalità contenute nella predetta Circolare, prevedendo un apposito accantonamento (come riportato complessivamente nella voce "Ammortamenti e accantonamenti" della tabella di seguito riportata) in ordine alla svalutazione dei crediti risultanti, applicando all'ammontare nominale degli stessi derivanti dal diritto annuale omesso, comprensivo di sanzioni e interessi, la percentuale media di riscossione.

I diritti di segreteria del Registro delle Imprese evidenziano i minori incassi realizzati.

Contributi, trasferimenti e altre entrate risultano ridotti per effetto dei minori contributi erogati da Unioncamere Nazionale per il funzionamento della Sezione Regionale Albo Smaltimento Rifiuti.

| <b>Oneri correnti</b>          |                      |                      |                      |
|--------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                                | 2012<br>[Consuntivo] | 2013<br>[Consuntivo] | 2014<br>[Consuntivo] |
| Personale                      | 9.292.037,07         | 8.020.329,55         | 7.837.346,77         |
| Funzionamento                  | 8.680.657,60         | 8.519.845,26         | 9.200.122,92         |
| Interventi economici           | 8.582.830,50         | 11.095.924,13        | 6.530.061,74         |
| Ammortamenti ed accantonamenti | 9.327.004,92         | 8.618.540,50         | 10.139.283,33        |
| <b>TOTALE</b>                  | <b>35.882.530,09</b> | <b>36.254.639,44</b> | <b>33.706.814,76</b> |

Si rileva la riduzione del costo del personale per effetto delle economie rinvenienti: dalle cessazioni di rapporti di lavoro intervenute nel 2014, dalla rideterminazione del piano occupazionale e dalla quantificazione delle risorse finanziarie destinate alla incentivazione delle politiche di sviluppo delle risorse umane e della produttività.

In relazione alla voce "Ammortamenti ed accantonamenti" l'incremento è dovuto alla svalutazione dei crediti risultanti in applicazione delle disposizioni previste dalla Circolare del Ministero dello Sviluppo Economico n. 3622/C del 05.02.2009 in relazione al diritto annuale omesso, comprensivo di sanzioni e interessi.

## PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE

### FASI, SOGGETTI, TEMPI E RESPONSABILITÀ

La pianificazione strategica della Camera di Commercio di Bari per l'anno 2014 presenta un'architettura fortemente innovativa, rispetto all'esercizio precedente, che ruota intorno a due "Pilastri": la classificazione per finalità di spesa delle Missioni rappresentative dell'attività dell'Ente e la programmazione dei Fondi strutturali europei 2014-2020, tenuto conto del mutato quadro normativo arricchito del Decreto MEF 27 marzo 2013, nonché degli scenari di sviluppo prefigurati dal prossimo ciclo di spesa comunitaria.

Da un canto, infatti, occorre assicurare la raccordabilità tra tutti i documenti in cui viene ad articolarsi il processo di pianificazione, programmazione e Budget dell'Amministrazione camerale per effetto del succitato Decreto, affinché si realizzi il fine ultimo di detto processo che è quello di far emergere gli obiettivi della spesa, di misurarne i risultati e monitorarne l'effettivo andamento in termini di servizi forniti e di interventi realizzati. Dall'altro, viene in rilievo l'opportunità di proiettare la vision dell'Ente su strategie "strutturali", per il sostegno ed il rilancio della nostra economia, alle quali sia riferibile il quadro delle risorse comunitarie destinate alla Regione Puglia nei prossimi sette anni.

Si evidenzia che la Camera di Commercio di Bari ha assolto, nelle more dell'emanazione del testo di riforma del D.P.R. n. 254/2005, agli obblighi di presentazione dei documenti di pianificazione nelle forme e nei termini previsti dal Decreto 27 marzo 2013.

La Relazione Previsionale e Programmatica annuale, in conformità al prospetto riassuntivo predisposto dal MISE, è stata strutturata secondo un'aggregazione per missioni e programmi accompagnata dalla corrispondente classificazione COFOG (*Classification of the functions of government*) di secondo livello.

Le "Missioni" rappresentano le "funzioni principali e gli obiettivi strategici perseguiti dalle Amministrazioni pubbliche nell'utilizzo delle risorse finanziarie, umane e strumentali ad esse destinate". Per le Camere di Commercio sono quelle specifiche ("Competitività e sviluppo delle imprese"; "Regolazione dei Mercati"; "Commercio internazionale ed internazionalizzazione del sistema produttivo") che il Ministero dello Sviluppo Economico ha individuato tra quelle del Bilancio dello Stato, ritenendole maggiormente rappresentative degli scopi istituzionali, delle funzioni principali ed obiettivi di tali Enti. All'interno delle suddette missioni sono state collocate le funzioni istituzionali di cui all'Allegato A) del D.P.R. n. 254/2005.

In attuazione del D.P.C.M. 12.12.2012 nella missione "Servizi istituzionali e generali", che rappresenta una sorta di "contenitore residuale" al fine di preservare la classificazione delle missioni per finalità di spesa, vengono incluse tutte le spese di funzionamento dell'apparato amministrativo non attribuibili puntualmente alle missioni che rappresentano l'attività istituzionale dell'Ente.

Diversamente, i “Programmi” rappresentano aggregati omogenei di attività volte a perseguire le finalità individuate nell’ambito delle medesime missioni, ciascuno dei quali è realizzato dall’Amministrazione attraverso un unico centro di responsabilità amministrativa. Tali Programmi, sottostanti le missioni di pertinenza, vengono individuati dalle Amministrazioni Pubbliche sulla base di una ricognizione delle attività svolte, configurando anche le unità di rappresentazione del Bilancio.

La Relazione Previsionale e Programmatica 2014 si completa con la specificazione, in base alle coordinate storizzate dal D.P.R. n. 254/2005, degli Obiettivi Strategici che la Camera si prefigge di raggiungere attraverso ciascun programma di attività, nonché delle Risorse Finanziarie destinate alla loro realizzazione.

Il Piano delle Performance della CCIAA di Bari adottato per l’anno 2014 è articolato nello specifico su 4 Aree/obiettivi strategici di intervento:

- 1) Competitività e sviluppo delle imprese;
- 2) Regolazione dei Mercati
- 3) Commercio internazionale ed internazionalizzazione del sistema produttivo
- 4) Servizi Istituzionali e Generali delle Amministrazioni Pubbliche

Per ciascuna Area strategica sono stati individuati specifici obiettivi operativi.

In relazione a suddetti obiettivi strategici ed operativi è stato sviluppato un sistema di *reporting*, così come evidenziato nell’albero della performance, che permette di evidenziare il livello di realizzazione degli obiettivi rispetto ai target prefissati.

Le aree strategiche sono state identificate assumendo a riferimento le principali aree di impatto che l’azione dell’Ente camerale produce sull’ambiente di riferimento. Per ciascuna area strategica, l’Ente ha identificato mediante la predisposizione di apposite schede gli obiettivi che intende raggiungere e i target di riferimento.

Con il Piano della Performance adottato per l’anno 2014 per ogni ambito di misurazione e valutazione della performance l’Ente camerale ha individuato delle schede che ne riassumono le principali caratteristiche e ne definiscono gli indicatori, sulla base dei quali avvengono la misurazione e valutazione dell’effettivo raggiungimento dell’obiettivo (performance).

Per ciascuna Area strategica sono stati altresì individuati specifici obiettivi operativi.

In termini operativi l’Ente Camerale ha realizzato una “mappa strategica” all’interno della quale sono stati rappresentati gli obiettivi strategici nelle diverse prospettive di analisi e il sistema di relazioni causa-effetto tra gli obiettivi che concorrono al processo di creazione del valore.

Per ciascuna prospettiva risultano così individuati:

- gli obiettivi: ciò che deve raggiungersi ed è critico per il successo;
- le misure: gli strumenti che verranno utilizzati per quantificare il raggiungimento di ciascun obiettivo;
- i bersagli: i valori-obiettivo delle misure;

· le iniziative: le azioni chiave e i programmi attuati al fine del raggiungimento degli obiettivi.

I risultati di Performance raggiunti sono stati misurati e valutati seguendo la medesima metodologia utilizzata per la stesura degli obiettivi strategici, garantendo trasparenza e chiarezza nel rapporto con gli interlocutori dell'Ente.

## **PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA**

L'attuazione del Ciclo di gestione della performance da parte della Camera di Commercio di Bari è a tutt'oggi in corso attraverso una serie di azioni finalizzate all'acquisizione e all'interiorizzazione di metodologie, le competenze e gli strumenti necessari, utilizzando e valorizzando al contempo le professionalità operanti nell'Ente tenendo conto:

- > delle prassi, delle metodologie e delle esperienze già maturate dall'Ente in materia di pianificazione e controllo;
- > delle disposizioni contenute nel D.lgs n. 150/2009, in accordo anche con quanto previsto dal DPR n. 254/2005 e dalle delibere emanate dalla ex CIVIT (Commissione per la valutazione, la trasparenza e l'integrità delle amministrazioni pubbliche) ora A.N.AC. (Autorità Nazionale Anticorruzione) ;
- > delle Linee guida realizzate specificamente per le Camere di Commercio a cura dell'Unioncamere nazionale.

Questa rendicontazione ha l'intento di poter rappresentare in modo sempre più trasparente i risultati conseguiti dall'Ente nello svolgimento dei propri compiti istituzionali.

Questa rendicontazione costituisce la premessa indispensabile per porre obiettivi sempre più sfidanti nel promuovere e sostenere gli interessi generali delle imprese della Terra di Bari.

## **PARI OPPORTUNITÀ**

### **COMITATO IMPRENDITORIALE FEMMINILE**

Le Camere di Commercio di Bari aderendo al Protocollo d'Intesa siglato nel maggio del '99, e rinnovato nel 2003, tra il Ministero dell'Industria e Unioncamere nazionale, si sono impegnate a costituire i Comitati per la Promozione dell'Imprenditorialità Femminile, istituzioni aventi il compito di contribuire a diffondere e valorizzare la cultura imprenditoriale femminile, promuovendone anche una più consapevole partecipazione alle problematiche relative lo sviluppo economico locale.

Ogni Comitato può:

- a) proporre suggerimenti nell'ambito della programmazione delle attività camerali, che riguardino lo sviluppo e la qualificazione della presenza delle donne nel mondo dell'imprenditoria;
- b) promuovere indagini conoscitive sulla realtà imprenditoriale locale, anche con studi di settore, per individuare le opportunità di accesso e di promozione delle donne nel mondo del lavoro e dell'imprenditoria in particolare;
- c) promuovere iniziative per lo sviluppo dell'imprenditoria femminile, anche tramite specifiche attività di informazione, formazione imprenditoriale e professionale e servizi di assistenza manageriale mirata;
- d) attivare iniziative volte a facilitare l'accesso al credito anche promuovendo la stipula delle convenzioni previste nell'ambito del Progetto per l'accesso delle imprenditrici alle fonti di finanziamento.

## LA TRASPARENZA

L'art. 11 del D. Lgs. n. 150 del 27.10.2009 ha introdotto nell'ordinamento una nuova nozione di "trasparenza", intesa come "accessibilità totale delle informazioni concernenti ogni aspetto dell'organizzazione, degli indicatori relativi agli andamenti gestionali e all'utilizzo delle risorse per il perseguimento delle funzioni istituzionali, dei risultati dell'attività di misurazione e valutazione allo scopo di favorire forme diffuse di controllo del rispetto dei principi di buon andamento ed imparzialità. Essa costituisce livello essenziale delle prestazioni erogate dalle amministrazioni pubbliche ai sensi dell'art. 117, comma 2, lett. m) della Costituzione".

Il principale modo di attuazione della trasparenza è rappresentato dalla pubblicazione di una serie di dati / informazioni sul sito istituzionale della Camera di Commercio .

La Camera ha adottato il piano triennale per la trasparenza e l'integrità concerne la pianificazione delle azioni volte ad adeguare l'articolazione delle informazioni istituzionali previste dalla normativa in materia attraverso il sito istituzionale camerale.

Tutte le informazioni sulla trasparenza sono pubblicate nell'apposita sezione denominata "Trasparenza" e nelle relative sottosezioni sul sito internet [www.ba.camcom.it](http://www.ba.camcom.it).

Nel piano della Performance 2014-2016 sono stati introdotti specifici indicatori (Interventi: 4.3.7 Attuazione disposizioni Legge n. 190/2012 sull'anticorruzione, 4.3.8 Implementazione Sezione Trasparenza del sito internet e 4.3.9) con riferimento alle azioni volte alla prevenzione della Corruzione – Amministrazione trasparente, alla luce anche dell'articolo 10 del D.Lgs. 33/2013.

Si è ritenuto, pertanto, indispensabile formalizzare come obiettivo dell'Ente la realizzazione degli adempimenti previsti dalla citata normativa in particolare dal D.Lgs. 33/2013 (Trasparenza) anche in ossequio a quanto previsto dalla L. 190/2012 (Prevenzione della corruzione), ciò non solo al mero scopo di adempiere gli obblighi di pubblicazione sul proprio sito internet di tutti i dati richiesti dal legislatore, ma anche perché questo Ente è consapevole che occorre ottimizzare il rapporto con le imprese attraverso politiche di amministrazione "amica" che siano trasparenti e facilmente comprensibili sia in itinere sia in termini di risultati raggiunti.

Con l'emanazione della Legge 190/2012, "Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella pubblica amministrazione" è stato riconosciuto un ruolo centrale alla trasparenza dell'attività e dell'organizzazione delle pubbliche amministrazioni, anche come principale contrasto alla corruzione, permettendo, quindi, alla collettività un controllo diffuso sui relativi atti e le relative funzioni.