



AZIENDA SPECIALE  
DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI TARANTO

## **BILANCIO DI ESERCIZIO 2014**

### *2. Le attività*

*Approvato dal Consiglio di Amministrazione del 18.03.2015*

## 2. Le attività.

### Attività anno 2014

<b>Sezione 1</b> <b>ATTIVITÀ ISTITUZIONALI DI</b> <b>COMPETENZA DELL'AREA ECONOMICO</b> <b>– PROMOZIONALE DI TIPO</b> <b>COMMERCIALE DELEGATE</b> <b>ALL'AZIENDA SPECIALE SUBFOR</b>	<b>Sezione 2</b> <b>INTERVENTI DI PROMOZIONE DEL</b> <b>TERRITORIO – RESPONSABILE</b> <b>OPERATIVO AZIENDA SPECIALE</b> <b>SUBFOR COME DA RELAZIONE</b> <b>PROGRAMMATICA E PREVISIONALE</b> <b>2014 DELLA CAMERA DI</b> <b>COMMERCIO DI TARANTO</b>	<b>Sezione 3 – A) 5)</b> <b>ATTIVITÀ ISTITUZIONALI DI</b> <b>COMPETENZA DELL'AREA ECONOMICO</b> <b>– PROMOZIONALE DI TIPO NON</b> <b>COMMERCIALE DELEGATE ALL'AZIENDA</b> <b>SPECIALE SUBFOR</b>
<p>A) 1) a) Autorità pubblica di controllo d.o. - i.g. - d.o.p.                      A) 1) b) Spo.Tur.                      A) 1) c) Filiera del mare                      A) 1) d) Dieta Mediterranea                      A) 1) e) S.I.R.N.I.                      A) 1) f) Business network: insieme per competere                      A) 1) g) Conciliazione - camera arbitrale - servizio di mediazione                      A) 1) h) SIRNI II                      A) 1) i) Spo.Tur. II</p>	<p>A) 2) a) Internazionalizzazione del sistema imprenditoriale</p> <p>A) 2) b) Marketing territoriale: monitoraggio sistema applicativo Suap</p> <p>A) 2) d) Valorizzazione delle eccellenze</p> <p>A) 2) g) Responsabilità sociale d'impresa e terzo settore</p> <p>Turismo: certificazione qualità di prodotti e strutture ricettive</p> <p>Turismo: protocollo d'intesa sul turismo</p> <p>A) 2) i) Centro analisi e studi</p> <p>A) 2) l) Comunicazione istituzionale</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centro di documentazione informatizzato "Documenta".</li> <li>- Ufficio provinciale di statistica.</li> <li>- Ufficio prezzi.</li> <li>- Sportello al consumatore.</li> <li>- Settimana nazionale della conciliazione 11° edizione.</li> <li>- Sportello informazioni su leggi di finanziamento ed agevolazioni per le imprese.</li> <li>- Sportello per la internazionalizzazione - Worldpass.</li> <li>- Fiere programma Unioncamere Puglia.</li> <li>- Ufficio brevetti e marchi.</li> <li>- Sito web della camera di commercio.</li> <li>- Attività di comunicazione.</li> <li>- U.r.p. – ufficio relazioni con il pubblico della Camera di commercio.</li> <li>- Comitato per la promozione dell'imprenditorialità femminile.</li> <li>- Segreterie amministrativo-contabili.</li> <li>- a) Agromed s.c.a r.l</li> <li>- b) Distripark Taranto s.c.a r.l.</li> <li>- Patti territoriali.</li> <li>- Fondazione Taranto e la Magna Grecia.</li> <li>- Tavolo per la mobilità in provincia di Taranto.</li> <li>- Attività a supporto delle altre aree amministrative della Camera di commercio.</li> </ul>

Per l'esercizio 2014, l'Azienda ha svolto su delega della Camera di commercio di Taranto una serie di attività istituzionali di tipo commerciale (**sezione 1**), unitamente alla realizzazione di

interventi di promozione del territorio (**sezione 2**) e ad attività istituzionali di tipo non commerciale (**sezione 3**).

## SEZIONE 1

**ATTIVITÀ ISTITUZIONALI DI COMPETENZA DELL'AREA ECONOMICO –  
PROMOZIONALE DI TIPO COMMERCIALE DELEGATE ALL'AZIENDA  
SPECIALE SUBFOR**

### **A) 1) a) Autorità Pubblica di Controllo D.O. - I.G. - D.O.P.**

Anche nel 2014 si è assistito ad un incremento particolarmente significativo delle attività di supporto fornite dall'Azienda al servizio Agricoltura camerale, in particolare, all'Autorità pubblica per il controllo dei vini nei confronti di tutti i soggetti che operano all'interno delle filiere delle denominazioni di origine (D.O.) per "Primitivo di Manduria", "Primitivo di Manduria Dolce Naturale", "Martina Franca", "Lizzano", "Colline Joniche Tarantine", "Aleatico di Puglia" e D.O.P. olearia "Terre Tarentine", organismo che il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali ha individuato nella Camera di commercio di Taranto, che è anche Autorità pubblica di controllo **di livello regionale delle indicazioni geografiche** (I.G.) "Puglia", "Salento", "Tarantino", "Valle D'Itria", "Murgia" e "Daunia".

**INCREMENTO  
SIGNIFICATIVO  
DELLE  
ATTIVITA'**

Nel dettaglio, tre unità, di cui una con specifica formazione agronomica, sono dedicate allo svolgimento delle predette,

impegnative attività, coadiuvate, seppur parzialmente, da un ulteriore unità.

Si riportano di seguito i report della attività ispettiva condotta nelle ultime due annate nel settore vitivinicolo.

### Anno 2013

VINO DOP/IGP	NUM. OPERATORI ASSOGGETTATI	NUM. TOT. VISITE EFFETTUATE	NUM. CAMPIONI PRELEVATI	NUM. CAMPIONI IRREGOLARI	NON CONFORMITA' ACCERTATE	
					LIEVI	GRAVI
<b>DOP</b>						
Primitivo di Manduria Dolce Naturale (Docg)	57	6	14	0	0	0
Aleatico di Puglia (Do)	16	2	1	0	0	0
Colline Joniche Tarantine (Do)	11	3	3	0	0	0
Lizzano (Do)	32	3	7	0	0	0
Martina Franca (Do)	41	6	5	0	0	0
Primitivo di Manduria (Do)	1722	195	134	1	14	0
<b>IGP</b>						
Daunia (Igp)	917	16	0	0	1	0
Murgia (Igp)	102	2	0	0	0	0
Puglia (Igp)	4226	86	4	0	7	2
Salento (Igp)	8181	177	3	0	14	0
Tarantino (Igp)	711	37	3	0	3	0
Valle D'Itria (Igp)	250	7	1	0	0	0
<b>TOTALE</b>	<b>16266</b>	<b>540</b>	<b>175</b>	<b>1</b>	<b>39</b>	<b>2</b>

### Anno 2014

VINO DOP/IGP	NUM. OPERATORI ASSOGGETTATI	NUM. TOT. VISITE EFFETTUATE	NUM. CAMPIONI PRELEVATI	NUM. CAMPIONI IRREGOLARI	NON CONFORMITA' ACCERTATE	
					LIEVI	GRAVI
<b>DOP</b>						
Primitivo di Manduria Dolce Naturale (Docg)	63	10	19	0	0	0
Aleatico di Puglia (Do)	26	8	3	0	0	0
Colline Joniche Tarantine (Do)	20	7	3	0	0	0

Lizzano (Do)	42	16	10	0	0	0
Martina Franca (Do)	39	14	9	0	0	0
Primitivo di Manduria (Do)	2023	353	184	0	12	0
<b>IGP</b>						
Daunia (Igp)	964	26	1	0	3	0
Murgia (Igp)	121	7	0	0	0	0
Puglia (Igp)	5227	100	3	0	9	0
Salento (Igp)	9697	195	3	0	12	1
Tarantino (Igp)	851	25	2	0	2	0
Valle D'Itria (Igp)	325	11	1	0	0	0
<b>TOTALE</b>	<b>19398</b>	<b>772</b>	<b>238</b>	<b>0</b>	<b>38</b>	<b>1</b>

L'impegno dell'Azienda, già testimoniato dai prospetti su riportati, è, altresì, testimoniato dal positivo esito dell'ispezione condotta dall'ICQRF - Ispettorato centrale della tutela della qualità e repressione frodi dei prodotti agroalimentari del Ministero dello Sviluppo economico, che ha attestato la regolarità ed il perfetto funzionamento dell'Organismo.

L'esperienza acquisita nello svolgimento delle funzioni risulta, peraltro, di particolare rilievo nel momento in cui i recenti provvedimenti legislativi (D.L. 91/2014 convertito in legge n.116/2014 "Decreto Competitività") estendono le competenze degli Enti camerali nella tutela del Made in Italy, consentendo alla Camera di commercio di Taranto di adempiere con immediata operatività.

✓ PROGETTI  
COMPLETATI:  
INTROITATO  
DALL'ENTE  
CAMERALE IL  
CONTRIBUTO

#### A) 1) b) SPOTUR

Il progetto, realizzato a valere sul Fondo perequativo 2011 – 2012 con l'obiettivo di valorizzare le imprese del settore turismo, si è concluso nel 2014, avendo tra l'altro rinnovato o assegnato

MARCHIO DI  
QUALITA'  
OSPITALITA'  
ITALIANA

per la prima volta ulteriori marchi di qualità “Ospitalità italiana”. La Camera di commercio ha introitato il relativo contributo.

#### **A) 1) c) Filiera del mare**

Il progetto, anch'esso finanziato dal Fondo perequativo 2011 – 2012, con l'obiettivo principale di realizzare un osservatorio dell'economia del mare, si è positivamente concluso.

#### **A) 1) d) Dieta Mediterranea**

Il progetto, a valere sul Fondo perequativo 2011-2012, portato avanti da un partenariato composto da 11 Camere di commercio, è stato ampiamente descritto in sede di approvazione del Bilancio consuntivo 2013. La proroga nel 2014 è stata utile per portare a termine le attività, consentendo all'Ente di introitare il relativo contributo.

**PARTENARIATO  
CON 11  
CAMERE DI  
COMMERCIO**

#### **A) 1) e) SIRNI**

Obiettivo generale del progetto, a valere sull'Accordo MISE – UC 2011, era realizzare un'offerta integrata di servizi di diffusione della cultura imprenditoriale e di accompagnamento all'imprenditorialità, nel territorio di competenza della Camera di commercio di Taranto, in continuità con il progetto “Sportelli di incubazione di nuova imprenditorialità: sostegno allo start - up delle microimprese e all'occupazione di rientro di professionalità tecniche” attuato nel corso della precedente annualità dell'Accordo. In particolare, è stato riattivato il network degli sportelli gestiti in collaborazione con le Associazioni datoriali per lo

**SPORTELLI IN  
COLLABORAZIO\_  
NE CON LE  
ASSOCIAZIONI  
DATORIALI**

start up d'impresa ed avviato un percorso di formazione ed accompagnamento all'autoimprenditorialità. Oltre a concludersi positivamente con l'acquisizione del contributo, SIRNI ha generato una seconda annualità progettuale, descritta più oltre, a testimonianza dell'impegno ininterrotto dell'Ente, per il tramite dell'Azienda, nel sostenere lo start up d'impresa.

PERCORSO  
FORMATIVO PER  
ASPIRANTI  
IMPRENDITORI

#### **A) 1) f) Business Network**

Obiettivo specifico del progetto, a valere sull'Accordo MISE – UC 2011, era quello di promuovere e attivare nel proprio territorio lo strumento delle reti di impresa, favorendone la fattibilità operativa e le relative costituzioni.

PROMOZIONE  
DELLE RETI  
D'IMPRESA

La proroga nel 2014 ha consentito di concludere positivamente le attività progettuali.

Per tutti i progetti conclusi, l'Azienda ha, altresì, curato per l'Ente, con esiti sempre favorevoli, la complessa fase di rendicontazione ad Unioncamere.

#### **A) 1) g) Conciliazione - Camera arbitrale - Servizio di mediazione**

Il funzionamento della Camera arbitrale, del Servizio di Mediazione e dello Sportello di conciliazione, attraverso cui sono forniti i servizi camerali di risoluzione extragiudiziale delle controversie previsti dall'articolo 2, comma 4, lett. a) della legge 29.12.1993, n.580 e ripresi dall'art. 2, comma 2, lett. g) del d.lgs.

15.02.2010, n. 23 di riforma dell'ordinamento delle Camere di commercio, è stato assicurato con la consueta professionalità dall'Azienda. Unitamente alla gestione amministrativa e procedurale degli arbitrati, delle mediazioni e delle conciliazioni avviati presso la Camera di commercio, il personale preposto ha svolto quotidiana attività di informazione ed assistenza, provvedendo altresì alla gestione organizzativa dell'ufficio, dell'albo dei mediatori e degli Organi della Camera arbitrale.

In particolare, nel corso del 2014, l'attività ha riguardato la gestione dei procedimenti arbitrati, con la conclusione di tre procedimenti di elevato valore e complessità avviati da imprese presso la Camera Arbitrale di Taranto.

3 ARBITRATI

Il Ministero della giustizia ha riconosciuto l'Organismo di mediazione della "Camera Arbitrale Nazionale ed Internazionale di Taranto" tra gli organismi abilitati a svolgere la nuova mediazione civile e commerciale, mediante la sua iscrizione al n.891 dell'apposito Registro. Dal 5 ottobre 2012 la Camera di commercio di Taranto è dotata del relativo servizio, gestito dall'Azienda, per il quale l'Ufficio è stato altresì dotato anche della necessaria piattaforma telematica.

Come è noto, il decreto legge 21 giugno 2013, n. 69 (decreto "del fare", convertito in legge 9 agosto 2013 n. 98) ha ripristinato il procedimento di mediazione quale condizione di procedibilità della domanda giudiziale per numerose materie, riportando in tal modo

REINTRODUZIONE DELLA MEDIAZIONE OBBLIGATORIA

in vigore le disposizioni dichiarate illegittime precedentemente dalla Corte costituzionale con la sentenza n. 272/2012, eliminando così il sopravvenuto disincentivo all'utilizzo dell'importante strumento di giustizia alternativa e determinando un probabile rilancio della mediazione civile e commerciale.

La validità di detta nuova disciplina della mediazione trova ora ulteriore conferma con la sentenza n. 1351 del 23 gennaio 2015 della Prima Sezione del TAR Lazio che mette la parola fine probabilmente alla complessa e controversa questione molto discussa relativa a sapere se anche le nuove norme della mediazione obbligatoria sono illegittime oppure no, confermandone la legittimità.

Sempre a seguito della predetta sentenza del TAR, che ha annullato l'art. 16, comma 2 e 9 del decreto ministeriale n. 180 del 18 ottobre 2010, va evidenziato però come ora non è più possibile per gli Organismi di mediazione richiedere il pagamento di alcuna somma di denaro a titolo di spese di avvio – né a titolo di indennità – in sede di primo incontro di mediazione. Detta decisione immediatamente esecutiva del TAR, alla quale lo stesso Ministero della giustizia ha invitato espressamente gli Organismi di mediazione ad adeguarsi, ha determinato, in pratica, la piena gratuità del primo incontro di mediazione, con gli intuibili riflessi negativi derivanti, quindi, sulla possibilità di garantire la copertura dei costi amministrativi delle mediazioni.

Occorre evidenziare, ancora, che con il d.l. n.132 del 12 settembre 2014, poi convertito in legge con L.162/2014, è stato introdotto l'istituto della *negoziiazione assistita*, un nuovo strumento negoziale, il cui ricorso in determinati casi è obbligatorio per legge, che nelle intenzioni del legislatore dovrebbe consentire la risoluzione stragiudiziale di migliaia di liti. Tecnicamente, la *negoziiazione assistita* è il procedimento attraverso cui le parti, assistite da un avvocato, concludono un accordo e convengono di cooperare in buona fede e lealtà per risolvere in via amichevole una controversia, quindi uno nuovo strumento di risoluzione extragiudiziale che però non può instaurarsi presso la Camera di commercio, e quindi presso l'Azienda speciale, ma passa per la gestione esclusiva della categoria degli avvocati. Detto nuovo strumento, pur non sostituendo l'istituto della mediazione, di fatto ne determinerà il disincentivo all'utilizzo, senza considerare poi che in materie quali le azioni riguardanti il risarcimento del danno da circolazione di veicoli e natanti e per le domande di pagamento a qualsiasi titolo di somme, purché non eccedenti 50.000 euro, la *negoziiazione assistita* è prevista come obbligatoria (tranne per quelle collegate a materie per le quali debba obbligatoriamente esperirsi il procedimento di mediazione, ma ciò non toglie comunque che le parti possano anche in questi casi fare liberamente ricorso alla *negoziiazione assistita*).

L'Azienda è stata impegnata nell'aggiornamento delle procedure del servizio di mediazione, in particolare a seguito delle modifiche apportate al Regolamento di cui al D.M. 18 ottobre 2010, n. 180 (integrato con il D.M.145/2011) dal Decreto Ministeriale n.139 del 04 agosto 2014.

Il Servizio di mediazione, gestito dall'Azienda è perfettamente operativo.

Nel corso del 2014 sono stati gestiti procedimenti di mediazione e conciliazione, con n. 21 domande di conciliazione depositate presso lo Sportello camerale e n. 5 domande di mediazione, di cui una in materia in cui la mediazione è prevista come obbligatoria e le restanti quattro in materie in cui la stessa è facoltativa ma per le quali l'utilizzo dello strumento della mediazione era però stato previsto da clausola contrattuale.

21 DOMANDE DI  
CONCILIAZIONE,  
5 DI  
MEDIAZIONE

#### **A) 1) h) SIRNI II**

Avvalendosi degli sportelli associativi già attivati nel corso della precedente annualità, il progetto, a valere sull'Accordo MISE – UC 2012, ha raggiunto i seguenti obiettivi specifici: - erogare informazioni economiche e amministrative, orientare alle scelte fondamentali dell'idea d'impresa ed alle opportunità di business connesse all'utilizzo di internet, formare alla cultura imprenditoriale e all'accesso al credito, nonché assistere nella predisposizione del business plan; - rafforzare e ampliare la rete

istituzionale delle relazioni con le associazioni di categoria provinciali. In particolare i servizi si sono rivolti ad aspiranti imprenditori e a start up, con attenzione particolare all'impresa sociale. Le attività di progetto sono state realizzate in stretta collaborazione con gli sportelli attivi presso le Associazioni delle categorie economiche presenti sul territorio della provincia di Taranto per il cui funzionamento la Camera di commercio ha proceduto alla erogazione di contributi a parziale copertura delle spese -, con Legambiente/Comitato imprenditorialità Sociale e con l'agenzia di sistema Si.Camera per le attività di formazione ed assistenza agli aspiranti imprenditori, oltre che per le azioni di sensibilizzazione e promozione.

I principali destinatari finali del progetto sono stati gli aspiranti imprenditori ma anche le start up partecipanti ai percorsi formativi (oltre 60 persone), target dell'Avviso pubblico che l'Ente camerale ha emanato, con il supporto dell'Azienda e di Si.Camera. In tal modo la Camera di commercio ha erogato contributi a 6 imprese recentemente costituite, mentre sono in istruttoria le candidature di aspiranti imprenditori che hanno preso l'impegno di iscrivere l'impresa nel Registro delle imprese di Taranto entro il termine definito dall'Avviso ai fini dell'accesso al contributo economico (attualmente, in esito al progetto, almeno un'impresa ha già proceduto all'iscrizione).

Il progetto, per il quale era stata richiesta proroga, si è concluso il 30 gennaio 2015. L'Azienda, oltre a curare tutti gli aspetti progettuali, contenutistici e organizzativi, ha proceduto anche alla rendicontazione, in istruttoria presso Unioncamere.

#### **A) 1) i) SPOTUR II**

In continuità con le azioni già avviate con la precedente annualità, il progetto prevedeva di rafforzare il ruolo della Camera di supporto e informazione alle imprese turistiche e della filiera per aumentare il loro assetto competitivo, attraverso il consolidamento e lo sviluppo del Marchio di Qualità Ospitalità Italiana. Il progetto, realizzato dall'Azienda, dà attuazione fra l'altro all'obiettivo strategico 2.10.1 "Qualificare e promuovere l'offerta turistica territoriale, le peculiarità storico - culturali ed i prodotti tipici per la loro funzione di attrattori turistici" del Programma pluriennale 2012/2015 della Camera di commercio di Taranto, e della Relazione previsionale e programmatica 2014, del quale Subfor è unità operativa responsabile.

SPOTUR II, per il quale era stata richiesta proroga, si è concluso il 30 gennaio 2015. L'Azienda, oltre a curare tutti gli aspetti progettuali, contenutistici e organizzativi, ha proceduto anche alla rendicontazione, in istruttoria presso Unioncamere.

## SEZIONE 2

**INTERVENTI DI PROMOZIONE DEL TERRITORIO – RESPONSABILE  
OPERATIVO AZIENDA SPECIALE SUBFOR COME DA RELAZIONE  
PROGRAMMATICA E PREVISIONALE 2014 DELLA CAMERA DI  
COMMERCIO DI TARANTO**

La Relazione programmatica e previsionale 2014 dell'Ente camerale ha affidato all'Azienda per l'anno 2014 la responsabilità dell'attuazione di una serie di interventi di promozione del territorio correlati alle strategie che la Camera di commercio di Taranto ha inteso adottare per il trascorso esercizio. Per la realizzazione di detti interventi l'Ente ha delegato all'Azienda la strutturazione e l'esecuzione delle specifiche azioni di seguito dettagliate, assegnando altresì le relative risorse economiche.

### **A) 2) a) Internazionalizzazione del sistema imprenditoriale**

L'attività di promozione dell'internazionalizzazione del sistema imprenditoriale, gestita dall'Azienda su delega dell'Ente camerale, è stata particolarmente impegnativa nel corso del 2014.

Oltre alla usuale assistenza a sportello – i cui contenuti sono trattati nel relativo paragrafo della sezione 3 -, sotto il profilo essenzialmente promozionale essa si è sviluppata su 4 direttrici principali.

#### **Database**

Si è proseguito nella implementazione del database delle imprese interessate a venire affiancate e supportate dalla Camera

**DATABASE  
DELLE IMPRESE  
INTERESSATE  
ALLA  
INTERNAZIO\_  
NALIZZAZIONE**

di commercio di Taranto nell'attività di internazionalizzazione, attraverso un avviso sempre aperto, pubblicato sul sito istituzionale e diffuso a mezzo stampa e mailing, con l'obiettivo di rilevare gli effettivi fabbisogni del sistema e costruire un bacino di riferimento per tutte le correlate attività operative, nonché per la realizzazione di periodici survey di analisi, offrendo ad imprese e consorzi un canale facilitato, personalizzato e maggiormente tempestivo di informazione sull'argomento. Nel corso del 2014 hanno aderito a tale iniziativa ulteriori 52 imprese di vari settori economici che hanno portato a 174 il numero complessivo delle aziende ormai fidelizzate alle attività camerali nella materia. I dati forniti dalle imprese sono utili per la programmazione esecutiva delle iniziative di internazionalizzazione.

### **Formazione/informazione**

L'Azienda ha organizzato "Country presentation" e numerosi eventi informativi/formativi. Le iniziative, dettagliate nel prospetto seguente, realizzate autonomamente, nell'ambito di partenariati progettuali e, in diversi casi, di rilevanza nazionale, sono state rivolte alle imprese del territorio per favorire l'accesso e l'espansione delle stesse sui mercati esteri, sia attraverso la presentazione delle opportunità presenti su mercati selezionati, sia con l'offerta di moduli formativi sulle agevolazioni e sulle tecniche del commercio estero:

23 EVENTI, 136  
IMPRESE  
COINVOLTE

N.	Tipologia evento	Argomento	Data	N. imprese coinvolte
1	Seminario formativo	Avviso a favore delle reti per l'internazionalizzazione (con Regione Puglia)	13 febbraio 2014	30
2	Seminario formativo (EVENTO NAZIONALE)	Workshop - Gli strumenti camerale e i programmi ICE (con ICE Agenzia)	25 febbraio 2014	27
3	Seminario formativo	Aprire all'estero dopo la globalizzazione (con Enterprise Europe Network)	1 aprile 2014	36
4	Seminario formativo	Formazione FAD - SIAFT V	7 maggio 2014	13
5	Seminario formativo	Settimana del BIO in Puglia 3a edizione (con Enterprise Europe Network)	8 maggio 2014	24
6	Seminario formativo/Country presentation	Formazione FAD - SIAFT V (Giappone)	12 maggio 2014	15
7	Seminario formativo/Country presentation	Formazione FAD - SIAFT V "IN.CO.REA DEL SUD"	14 maggio 2014	15
8	Seminario formativo/Country presentation	Formazione FAD - SIAFT V (Francia)	19 maggio 2014	15
9	Seminario formativo/Country presentation	Formazione FAD - SIAFT V (Regno Unito)	28 maggio 2014	15
10	Seminario formativo/Country presentation	Formazione FAD - SIAFT V (Russia)	11 giugno 2014	17
11	Seminario formativo	Formazione FAD - SIAFT V	16 giugno 2014	17
12	Seminario formativo	La tutela del marchio in Italia e all'Estero	5 e 6 novembre 2014	23
13	Seminario formativo (EVENTO NAZIONALE)	Digital in tour (con Google, Unioncamere, Symbola)	5 dicembre 2014	23
14	Seminario formativo/Country presentation (EVENTO NAZIONALE)	Seminario su normativa, pianificazione e programmazione nei settori dell' energia e dei rifiuti in Serbia (con ICE Agenzia)	17 dicembre 2014	30

### Missioni

L'Azienda ha organizzato, su delega dell'Ente, missioni outgoing ed incoming, tutte nell'ambito di iniziative progettuali congiunte come SIAFT V edizione o del programma nazionale Unioncamere 2014, finalizzate a sostenere e promuovere le

imprese del territorio provinciale impegnate in strategie di internazionalizzazione. Nella tabella che segue si dettagliano i principali elementi organizzativi:

N.	Tipologia evento	Settore	Data	Mercato	Partner	n. e tipol. operatori esteri	N. imprese partecipanti	N. incontri b2b
1	Follow up (outgoing)	Agroalimentare	Da 28/2 a 1/3/2014	Giappone	In partenariato con Camere di commercio italiane all'estero o estere CCIE UK, CCIJapan, CCIE Marsiglia e Lione, CCIE Copenaghen, CCIE EAU, CCIE CECA, ITCCCK Korea	26 buyer	2	3
2	Incoming B2B	Olio	3-4/6/2014 Campobasso	Russia, Francia, Giappone, Regno Unito, Norvegia		15 buyer	4	20
3	Incoming B2B	Vino	19- 20/06/2014 Chieti	Russia, Francia, Giappone, Regno Unito, Svezia e Danimarca		30 buyer	5	37
4	Incoming B2B	Food	26-27/6/2014	Cina		32 buyer	11	104
5	Incoming B2B	Food	3-4/7/2014 - Frosinone	Francia, Giappone, Regno Unito, Emirati Arabi, Repubblica Ceca		24 buyer	5	24
6	B2B telematico	Food	4-8/8/2014	Corea		4 buyer	2	5
7	Incoming B2B	Turismo	17/9/2014 - Matera	Stati Uniti Regno Unito Giappone Russia Finlandia Danimarca Svezia Paesi bassi Brasile		36 buyer	4	51
8	Fiera	Vino - Olio	19- 23/10/2014 Parigi	Tutti		-	2	-
9	Outgoing b2b	Vino	6/11/2014	Corea		7	1	4

**Internazionalizzazione  
Riepilogo iniziative - Anno 2014**

Totale eventi	23
<i>di cui:</i>	
incoming/outgoing/b2b/fiere	9
seminari formativi	14
country presentation	6
<b>Totale imprese coinvolte</b>	<b>136</b>

L'Azienda sta altresì curando le fasi post missione, attraverso il monitoraggio dei feedback e degli esiti degli incontri. Complessivamente, le missioni hanno ottenuto un positivo riscontro, sia da parte delle imprese tarantine, sia da parte degli operatori esteri.

**INIZIATIVE CONGIUNTE**

Come accennato, l'Azienda ha curato tutti gli aspetti promozionali, organizzativi e gestionali di iniziative congiunte che ha riscosso notevole successo a livello internazionale, assicurando alle imprese tarantine coinvolte tanto un incremento della visibilità dei prodotti offerti, quanto un significativo numero di contatti spesso finalizzati commercialmente.

**SIAFT V**

SIAFT è un progetto di internazionalizzazione delle imprese italiane, di un'area prevalente del Centro Sud che, giunto con successo alla sua quinta edizione, si pone a pieno titolo tra le best practice del sistema camerale italiano. SIAFT è un modello di

<b>SIAFT V EDIZIONE</b>
-----------------------------

sviluppo che favorisce il business sui mercati esteri delle micro, piccole e medie imprese italiane, che vantano produzioni di alta qualità ma mostrano insufficienti competenze, mezzi e conoscenze per internazionalizzarsi. In linea con le priorità delineate da Unioncamere e con le prospettive di crescita che possono essere dedotte dalle numerose analisi economiche disponibili, SIAFT risponde alle domande di formazione e di predisposizione di opportunità di affari richiesti dalle imprese neofite e da quelle che ancora necessitano di accompagnamento per radicare e migliorare il proprio posizionamento tra quelle export oriented. SIAFT, dunque, favorisce un sostegno importante per determinare un incremento delle competenze e la crescita numerica delle aziende esportatrici, oltre che l'incremento delle opportunità all'estero delle aziende che hanno già sperimentato esperienze di internazionalizzazione ma che ancora necessitano dei servizi di assistenza delle Camere di Commercio, per una migliore penetrazione commerciale e conseguente permanenza. Si è già detto della rilevante attività formativa e delle missioni incoming/outgoing. È da sottolineare per questa edizione l'incremento significativo delle azioni di comunicazione (piattaforma SIAFT; campagna stampa; ecc.) che hanno contribuito a rendere SIAFT un brand riconosciuto ormai a livello internazionale.

### ***INCOMING CINA***

Il progetto, ideato dalla Camera di commercio di Crotone, “Missione Incoming Cina, 26-27 Giugno 2014” era finalizzato alla realizzazione di incontri di affari (B2B), con imprenditori cinesi nel settore agroalimentare (Food & Beverage). La selezione delle imprese partecipanti è avvenuta previa partecipazione all'apposita manifestazione d'interesse. Tutte le fasi progettuali sono state curate dall'Azienda che ha, altresì, assicurato l'assistenza alle imprese nel corso dei b2b.

### ***DISKO – Discover Korea***

In collaborazione con la Camera di Commercio di Cosenza e la Italian Chamber of Commerce in Korea (ITCCK), la Camera di Commercio di Taranto, per il tramite dell'Azienda, ha organizzato per il 6 novembre 2014 una missione imprenditoriale nella Repubblica di Corea. L'Azienda ha dato corso a tutte le azioni organizzative finalizzate alla partecipazione delle imprese locali.

### ***E' SUD***

Per il tramite dell'Azienda, l'Ente ha partecipato all'iniziativa, promossa dalla Camera di commercio di Cosenza, E' SUD, diretta al posizionamento commerciale delle produzioni del vino e dell'agroalimentare del Sud d'Italia in Danimarca.

L'iniziativa, avviata nel 2014, ha avuto l'obiettivo di sostenere le PMI italiane dei settori vitivinicolo e agroalimentare mediante la diffusione della cultura enogastronomica del Sud d'Italia attraverso azioni informative e formative dirette ad operatori commerciali e consumatori esteri. La missione imprenditoriale, nel corso della quale le imprese partecipanti sono state assistite dall'Azienda, si è svolta il 12 marzo 2015.

### ***DIGITALIZZAZIONE DELLE IMPRESE***

Con il supporto dell'Azienda, che cura tutti gli aspetti contenutistici, organizzativi e di comunicazione, l'Ente camerale ha potuto dare avvio nel 2014 ad una complessa strategia promozionale per la digitalizzazione delle piccole e medie imprese locali con la finalità principale di facilitare l'approccio ai mercati esteri.

### ***Eccellenze in digitale***

Il progetto "Eccellenze in digitale" è un'iniziativa di sistema, cui l'Ente camerale ha aderito nel 2014 promossa da Google e Unioncamere, con il patrocinio del Ministero dello Sviluppo Economico, che vede protagonista la digitalizzazione delle piccole e medie imprese in 52 province, fra cui quella di Taranto, al fine di dare una spinta alla competitività e alla collaborazione nei sistemi produttivi territoriali, per un maggiore accesso ai mercati internazionali. Sono obiettivi operativi: contribuire a diffondere la

cultura dell'innovazione e favorire la digitalizzazione delle imprese operanti nei settori del Made in Italy.

A seguito di emanazione di avviso pubblico, tra alcune migliaia di candidati sono stati selezionati per portare avanti le attività progettuali 107 giovani under 28 in tutta Italia. I vincitori hanno seguito un percorso formativo full immersion nella sede di Unioncamere a Roma, con la partecipazione di docenti di Unioncamere e Google.

I borsisti selezionati per operare a Taranto sono Marcella Cavallo e Michele Leone. La borsa di studio ha avuto durata di sei mesi, con avvio il 1° settembre 2014, durante i quali i due giovani, con il tutoraggio costante dell'Azienda, hanno aiutato le imprese del territorio a sfruttare le opportunità offerte dal web per far conoscere le eccellenze del Made in Italy principalmente sui mercati internazionali.

Relativamente alle aree produttive, gli ambiti prescelti per la provincia di Taranto sono stati l'agroalimentare e l'artigianato artistico della ceramica di Grottaglie.

“Eccellenze in digitale” ha costituito nel corso del 2014 un brand di forte attrazione in tutto il Sistema. La Camera di commercio di Taranto, grazie all'enorme impegno aziendale, si è talmente distinta da essere scelta da Symbola, Google Italia e Unioncamere quale unica tappa meridionale del Digital in tour nazionale nel dicembre 2014.

UNICA TAPPA  
MERIDIONALE  
DEL DIGITAL IN  
TOUR

Sempre per il tramite dell'Azienda, che ne ha curato ogni aspetto, il progetto è diventato il brand di alcune iniziative natalizie dell'Ente camerale, al fine di sensibilizzare sempre di più il tessuto produttivo locale sulla tematica.

#ECCEDIGIT  
#XMAS2014

### ***Italian Quality Experience***

In occasione dell'EXPO 2015 il Sistema camerale italiano ha avviato un progetto finalizzato a presentare le imprese italiane a livello internazionale, contribuendo a promuovere le eccellenze agroalimentari dell'Italia in tutto il mondo. Il progetto, denominato Extreme Excellence Experience è coordinato da Unioncamere con il patrocinio del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo e del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare. Le Camere di commercio italiane, fra cui quella di Taranto per il tramite dell'Azienda, hanno, dunque, lanciato il 9 dicembre 2014, dopo un periodo di preparazione e sensibilizzazione ai territori, Italian Quality Experience, una piattaforma web per presentare il modello italiano della filiera agroalimentare allargata: 700.000 imprese (di cui circa 11.000 tarantine) per raccontare al mondo il Made in Italy. Tutte le imprese hanno la possibilità di integrare le informazioni, già precaricate a partire dal Registro delle imprese, sulle proprie caratteristiche aziendali e produttive. Attraverso un'attività di

IQX: 11.000  
IMPRESE  
TARANTINE IN  
VETRINA

"scoring" si dà maggiore visibilità a coloro che inseriscono più informazioni. Per far conoscere il modello italiano rappresentato sulla piattaforma web, è in corso una campagna di comunicazione da parte delle Camere di commercio italiane, delle 81 Camere di commercio italiane all'estero e della rete degli oltre 1.700 Ristoranti italiani nel mondo.

### ***Eccellenze produttive***

Con Eccellenze Produttive il Sistema camerale ha voluto creare un portale attraverso il quale scoprire e conoscere le eccellenze del made in Italy, favorendo il contatto diretto con gli imprenditori. Anche la Camera di commercio di Taranto, per il tramite dell'Azienda, partecipa al progetto che prevede, per la nostra provincia, la valorizzazione delle eccellenze dell'artigianato artistico.

### **A) 2) b) Marketing territoriale: Monitoraggio sistema applicativo SUAP**

In ottemperanza al D.P.R. n.160/2010 che, individuando il SUAP quale unico soggetto pubblico di riferimento territoriale per tutti i procedimenti che abbiano ad oggetto l'esercizio di attività produttive e di prestazione di servizi e quelli relativi alle azioni di localizzazione, realizzazione, trasformazione, ristrutturazione o riconversione, ampliamento o trasferimento, nonché cessazione o riattivazione delle suddette attività, ivi comprese quelli di cui al

d.lgs. 26 marzo 2010, n.59, ha altresì introdotto l'obbligo per le Camere di commercio di dare supporto organizzativo e tecnologico ai Comuni del territorio che non sono in grado di far funzionare autonomamente i SUAP secondo le nuove prescrizioni di legge, soprattutto in riferimento alla nuova gestione telematica del procedimento, l'Ente camerale, attraverso l'attività esclusivamente condotta dall'Azienda, ha esercitato e continua e svolgere attività di supporto ed assistenza nei confronti dei n. 17 (su 29) Comuni della provincia di Taranto che hanno manifestato l'intendimento di avvalersi dell'Ente camerale per la gestione delle attività inerenti la procedura telematica fruibile dal portale [www.impresainungiorno.gov.it](http://www.impresainungiorno.gov.it).

SUAP: 17 COMUNI  
SU 29 IN  
AVVALIMENTO  
ALLA CAMERA DI  
COMMERCIO

IMPRESAINUNGIORNO.GOV.IT

Nell'anno 2014 l'Azienda ha condotto le seguenti attività:

- assistenza informativa e dotazione strumentale software nei confronti dei Comuni che hanno manifestato la volontà di avvalersi della Camera di commercio in tale procedura con l'utilizzo gratuito da parte degli stessi dell'applicativo Suap InfoCamere (l'onere corrispondente alla concessione in utilizzo gratuito dell'applicativo da parte dei medesimi Comuni resta di competenza dell'Ente camerale);
- attività di monitoraggio costante sulle scrivanie virtuali dei singoli Comuni in avvalimento alla Camera finalizzata ad accertare il funzionamento dell'applicativo

Suap e della gestione telematica dei procedimenti da parte dei Comuni;

- partecipazione alle attività del Gruppo di lavoro Referenti SUAP delle Camere di commercio della Puglia.

Si riporta di seguito un report relativo alle pratiche pervenute al 31/12/2014 attraverso modalità telematica sulle scrivanie virtuali dei Comuni in avvalimento alla Camera di commercio di Taranto:

COMUNI IN AVVALIMENTO ALLA CCIAA TA	PRATICHE SUAP PERVENUTE AL 31/12/2014		
<b>Avetrana</b>	<b>21</b>	<i>di cui:</i>	
		inoltrate	21
		comunicazioni	0
		chiusure positive	0
		chiusure negative	0
		annullate	0
<b>Crispiano</b>	<b>10</b>	<i>di cui</i>	
		inoltrate	10
		comunicazioni	0
		chiusure positive	0
		chiusure negative	0
		annullate	0
<b>Fragagnano</b>	<b>6</b>	<i>di cui</i>	
		inoltrate	6
		comunicazioni	0
		chiusure positive	0
		chiusure negative	0
		annullate	0
<b>Ginosa</b>	<b>53</b>	<i>di cui</i>	
		inoltrate	0
		comunicazioni	2
		chiusure positive	49
		chiusure negative	0
		annullate	2
<b>Leporano</b>	<b>5</b>	<i>di cui</i>	
		inoltrate	0
		comunicazioni	0

		chiusure positive	4
		chiusure negative	0
		annullate	1
<b>Lizzano</b>	<b>9</b>	<i>di cui</i>	
		inoltrate	0
		comunicazioni	0
		chiusure positive	7
		chiusure negative	2
		annullate	0
<b>Manduria</b>	<b>83</b>	<i>di cui</i>	
		inoltrate	74
		comunicazioni	3
		chiusure positive	6
		chiusure negative	0
		annullate	0
<b>Martina Franca</b>	<b>57</b>	<i>di cui</i>	
		inoltrate	0
		comunicazioni	23
		chiusure positive	29
		chiusure negative	1
		annullate	4
<b>Maruggio</b>	<b>8</b>	<i>di cui</i>	
		inoltrate	1
		comunicazioni	7
		chiusure positive	0
		chiusure negative	0
		annullate	0
<b>Massafra</b>	<b>46</b>	<i>di cui</i>	
		inoltrate	26
		comunicazioni	15
		chiusure positive	5
		chiusure negative	0
		annullate	0
<b>Monteiasi</b>	<b>1</b>	<i>di cui</i>	
		inoltrate	1
		comunicazioni	0
		chiusure positive	0
		chiusure negative	0
		annullate	0
<b>Montemesola</b>	<b>6</b>	<i>di cui</i>	
		inoltrate	6
		comunicazioni	0
		chiusure positive	0

		chiusure negative	0
		annullate	0
<b>Mottola</b>	<b>8</b>	<i>di cui</i>	
		inoltrate	8
		comunicazioni	0
		chiusure positive	0
		chiusure negative	0
		annullate	0
<b>Palagianello</b>	<b>87</b>	<i>di cui</i>	
		inoltrate	0
		comunicazioni	12
		chiusure positive	73
		chiusure negative	0
		annullate	2
<b>Palagiano</b>	<b>61</b>	<i>di cui</i>	
		inoltrate	0
		comunicazioni	56
		chiusure positive	5
		chiusure negative	0
		annullate	0
<b>Roccaforzata</b>	<b>4</b>	<i>di cui</i>	
		inoltrate	0
		comunicazioni	1
		chiusure positive	2
		chiusure negative	1
		annullate	0
<b>Sava</b>	<b>8</b>	<i>di cui</i>	
		inoltrate	8
		comunicazioni	0
		chiusure positive	0
		chiusure negative	0
		annullate	0
<b>TOTALE</b>	<b>473</b>		

Sono stati predisposti nel corso dell'anno n. 4 report trimestrali utili a verificare il flusso di arrivo e di evasione delle pratiche telematiche da parte dei Comuni in avvalimento, al fine appunto di assicurare un efficiente monitoraggio dell'applicativo SUAP-

InfoCamere e della gestione telematica dei procedimenti da parte dei 17 Comuni in avvalimento.

Nel corso del 2014 l'Azienda è stata impegnata nell'attività volta a disciplinare più dettagliatamente i rapporti già in essere tra Camere di commercio, Comuni deleganti e InfoCamere in merito all'utilizzo della piattaforma informatica [impresainungiorno.gov.it](http://www.impresainungiorno.gov.it), con particolare riferimento alla distribuzione delle responsabilità e dei ruoli, attraverso la sottoscrizione della *nuova Convenzione SUAP* per l'utilizzo della soluzione informatica realizzata dalle Camere di Commercio per la gestione telematica delle pratiche dello Sportello Unico per le Attività Produttive tramite il portale <http://www.impresainungiorno.gov.it/> e per l'erogazione del complesso di servizi connessi.

L'Azienda ha partecipato nel 2014 alle attività del Gruppo di lavoro Referenti SUAP delle Camere di commercio della Puglia, istituito dall'Unioncamere Puglia e costituito dai singoli referenti camerale SUAP e da un referente tecnico della InfoCamere, con la previsione di integrazione con un referente della Regione Puglia e da cinque referenti dei Comuni della Regione (uno per circoscrizione camerale).

Detto Tavolo di lavoro si prefigge di definire le modalità di inserimento ed aggiornamento dei procedimenti amministrativi presenti negli sportelli SUAP camerale, accessibili dal portale [www.impresainungiorno.gov.it.](http://www.impresainungiorno.gov.it), che potrebbero non essere

perfettamente aderenti ai rispettivi quadri normativi regionali così da richiederne un dinamico aggiornamento, funzionale alle specifiche esigenze del territorio, atteso che detti procedimenti amministrativi hanno validità sull'intero territorio regionale.

### **Agenzia di sviluppo**

Nel perseguimento dell'obiettivo camerale di attivazione di una Agenzia di sviluppo (si veda in proposito, nella successiva sezione, il relativo percorso giuridico), l'Azienda ha progettato – sotto il profilo contenutistico e comunicativo - e dato avvio alla iniziative di coinvolgimento territoriale denominata #20diproposta. Si tratta di un confronto aperto e chiaro con istituzioni, parti sociali, forze economiche, società civile per mettere in rete le varie anime della provincia di Taranto, formulare proposte, avanzare progetti e condurli alla realizzazione attraverso l'Agenzia di sviluppo nata dall'ampliamento dell'oggetto sociale della Fondazione Taranto e la Magna Grecia. Un think tank in cui far confluire le esperienze, trasformando le istanze e le numerose energie che scuotono il territorio, in iniziative di crescita. L'Azienda ha curato anche tutta l'attività segretariale, in stretta relazione con l'Ufficio di Presidenza dell'Ente.

#20diproposta

È da rilevare che con legge n.20/2015 (cosiddetto Decreto Taranto) l'Ente camerale è stato inserito fra i componenti del

Tavolo istituzionale che sottoscriverà il Contratto istituzionale per lo sviluppo dell'area di Taranto. L'impegno aziendale ha, non solo contribuito in misura significativa all'ottenimento di tale importante risultato, ma consentirà, altresì, alla Camera di commercio di poter utilizzare appieno - per le finalità di proposta progettuale in sede di riunione del Tavolo e per la realizzazione dei progetti – proprio l'Agenzia di sviluppo.

#### **A) 2) g) Responsabilità sociale d'impresa e Terzo Settore**

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

COMITATO PER  
L'IMPRENDITORIA  
LITÀ SOCIALE (CIS)

Subfor ha coadiuvato nella realizzazione delle iniziative programmate. Fra queste, la più rilevante dell'esercizio 2014 è certamente stata la progettazione, organizzazione e realizzazione del percorso formativo "Imparare a intraprendere", in collaborazione con Legambiente, finalizzato all'accompagnamento all'avvio d'impresa con specifico riferimento alle attività ecosostenibili ed a forte vocazione sociale e

territoriale. Oltre all'ottimo impatto mediatico ottenuto anche nel corso della Festa Ambiente Lavoro che ha avuto a Taranto la cerimonia di apertura nazionale, il percorso ha anche restituito risultati sostanziali. Fra le migliori idee d'impresa emerse, infatti, una ha fatto domanda di accesso al contributo erogato dall'Ente camerale nell'ambito del progetto SIRNI II ed è potenzialmente in fase di attivazione.

Sempre nel 2014, l'Azienda ha continuato a supportare la partecipazione della Camera di commercio di Taranto all'iniziativa di sistema a valere sul Fondo di perequazione Unioncamere per la promozione dello "Start up imprenditoria sociale", coordinando l'attività di tutoraggio agli aspiranti imprenditori. Anche in questo caso, l'esito positivo è la partecipazione di alcune idee imprenditoriali all'avviso SIRNI II. L'Azienda ha, inoltre, efficacemente contribuito al sostegno tecnico del CIS in fase di programmazione delle iniziative per l'anno 2015.

Sempre nell'ambito della delega camerale, l'Azienda ha, infine, collaborato nell'organizzazione di eventi ed iniziative seminariali congiunte con l'Accademia mediterranea di economia civile – Centro di cultura G. Lazzati.

**Responsabilità sociale d'impresa e terzo settore  
Riepilogo iniziative - Anno 2014**

<b>N.</b>	<b>Tipologia evento</b>	<b>Argomento</b>	<b>Data</b>
1	Seminario	Economia Civile e mondo dell'agricoltura oggi, per un nuovo sviluppo del Paese, con Sergio Marini, Presidente onorario di Coldiretti	24 gennaio 2014
2	Seminario	"L'equivoco del sud - Sviluppo e coesione sociale" – Libro Forum con Carlo Borgomeo	21 febbraio 2014
3	Seminario	Economia civile e management - Verso nuove relazioni nell'organizzazione aziendale, con Renato Ruffini	11 aprile 2014
4	Seminario	Economia Civile e imprenditoria agricola oggi, con Alfonso Pascale	20 giugno 2014
5	Seminario formativo (EVENTO NAZIONALE)	Imparare a intraprendere – in collaborazione con Legambiente	8-13 settembre 2014
6	Seminario	Economia civile e utilities: governance, co-produzione, inclusione, con Johnny Dotti – Presidente di Welfare Italia	28 novembre 2014

**Turismo: Certificazione qualità di prodotti e strutture ricettive**

L'attività di certificazione delle strutture ricettive, inclusa fra le azioni previste dal presente obiettivo, è ricompresa nell'ambito del progetto SPOTUR dettagliato nella sezione 1).

**Turismo: Protocollo d'intesa sul turismo**

Nell'ambito del protocollo d'intesa sul turismo, sottoscritto da Camera di commercio e Gruppi di azione locale (GAL) della provincia di Taranto, l'Azienda ha portato avanti su delega dell'Ente tutte le complesse attività finalizzate alla individuazione, nell'ambito di apposito avviso pubblico, del soggetto cui affidare la

**PARCO MARINO  
DEL TIPO "MUSEO  
DELLE OPERE  
D'ARTE  
SUBACQUEE"**

redazione del progetto di un parco marino contenente attrazioni sommerse, del tipo “Museo delle opere d’arte subacquee”, che l’Ente ha definito quale intervento prioritario del protocollo. All’esito della selezione, l’Azienda collabora operativamente con l’Ente camerale nel seguire tutte le fasi della elaborazione progettuale.

#### **A) 2) i) Centro analisi e studi**

Il Centro analisi e studi dell’Ente, la cui gestione è affidata all’Azienda, è stato potenziato nel corso del 2014 principalmente a livello di capacità comunicativa verso l’esterno. Gli interventi demandati a Subfor nel 2014 sono principalmente riconducibili al rilascio di periodici comunicati di informazione statistica di fonte camerale. Obiettivo pienamente raggiunto attraverso la periodica pubblicazione di analisi statistiche economiche sulla demografia imprenditoriale (4).

Di particolare rilievo l’attività condotta dall’Azienda per la realizzazione della 12° edizione della Giornata dell’economia, svoltasi il 14 giugno 2014 alla presenza delle autorità locali e delle rappresentanze economiche e sociali del territorio. L’Azienda ha, come usualmente, curato la lettura dei dati, l’analisi degli stessi e la redazione del Report strutturale dell’economia tarantina. Tutta la documentazione, distribuita agli stakeholder a cura dell’Azienda, è stata pubblicata in un volume doppio (set dei dati e

12° EDIZIONE  
DELLA GIORNATA  
DELL’ECONOMIA

atti del convegno) e resa disponibile sul sito internet dell'Ente camerale. L'edizione 2014 della Giornata, che ha avuto rilievo nazionale, ha visto la partecipazione fra i relatori del prof. Carlo Borzaga, presidente di Euricse, e del prof. Mario Pazzaglia, Presidente della Commissione straordinaria di liquidazione del dissesto del Comune di Taranto.

Ulteriore importante risultato ottenuto nell'ambito delle competenze del Centro Studi camerale gestito dall'Azienda riguarda la programmazione di uno studio sui rischi dell'illegalità nel settore agroalimentare nel territorio tarantino, che sarà svolto in stretta collaborazione con l'Osservatorio sulla criminalità nell'agricoltura e sul Sistema agroalimentare. La tematica è di particolare interesse, soprattutto per quanto già accennato in merito al ruolo ed alle funzioni camerali in tema di tutela e valorizzazione del Made in Italy.

STUDIO SUI RISCHI  
DELL'ILLEGALITA'  
NEL SETTORE  
AGROALIMENTARE

#### **A) 2) I) Comunicazione istituzionale**

Per l'esercizio 2014 l'Ente camerale ha attribuito a Subfor la realizzazione di una serie di interventi finalizzati alla promozione dell'immagine pubblica della Camera di commercio e nella valorizzazione della interlocuzione con le Associazioni di categoria, nella diversificazione ed estensione della conoscenza dell'attività e del ruolo dell'Ente, nel miglioramento della percezione del ruolo camerale nell'utente professionista e

nell'imprenditore e nella valorizzazione di quest'ultimo attraverso la pubblicizzazione di best practices imprenditoriali, nonché degli ambiti di accoglienza, ascolto, erogazione di informazioni, verifica e monitoraggio continuo dei bisogni e del grado di soddisfazione degli utenti tanto nel contesto della Cittadella, quanto in quello virtuale del sito web dell'Ente. Le connesse azioni sono state realizzate dall'Azienda con particolare riguardo alla completa rispondenza del sito web al dettato normativo, nonché al miglioramento dell'informazione esterna, anche attraverso una attività professionalizzata di comunicazione stampa. Si rinvia alla successiva sezione per una descrizione dettagliata delle attività comunicative che, nel 2014, hanno visto un incremento assolutamente significativo in termini quali – quantitativi, determinando un notevole miglioramento dell'immagine dell'Ente, anche nei confronti di target (a.e. giovani) prima non intercettati. In questa sezione è, invece, opportuno evidenziare che l'Azienda ha portato avanti con impegno assiduo ed esiti positivi, gli obiettivi demandati dalla programmazione camerale. In particolare, è stata in ogni evento costantemente curato l'aspetto della soddisfazione dell'utenza e continuano ad essere periodicamente rilevati i livelli di tale indicatore che indicano, ovviamente fra i suggerimenti, un buon gradimento delle iniziative camerali e, in generale, dell'attività dell'Ente. L'ufficio preposto ha, altresì, attivato – come meglio si dirà in seguito – il canale Youtube ufficiale dell'Ente,

pubblicandovi 20 filmati inerenti l'attività promozionale, interviste al Presidente, interviste ai protagonisti di eventi e seminari. In sostanza, il canale rappresenta la web tv camerale, ove anche i media televisivi recuperano filmati da trasmettere nel corso dei telegiornali. Inoltre, davvero rilevante è stato l'impegno profuso nella progettazione, organizzazione e realizzazione di iniziative volte a celebrare il 90° anno dalla istituzione della Camera di commercio di Taranto. Fra queste si segnalano: ideazione del nuovo logo camerale "L'evoluzione del sistema", mostra fotografica celebrativa (esposta permanentemente nella Cittadella delle imprese), coordinamento editoriale ai fini della pubblicazione di un volume celebrativo (attualmente in fase di ultima revisione).

90° ANNO:  
L'EVOLUZIONE  
DEL SISTEMA

### **SEZIONE 3 - A) 5)**

**ATTIVITÀ ISTITUZIONALI DI COMPETENZA DELL'AREA ECONOMICO –  
PROMOZIONALE DI TIPO NON COMMERCIALE DELEGATE ALL'AZIENDA  
SPECIALE SUBFOR**

#### *Centro di documentazione informatizzato "Documenta".*

L'Azienda ha proseguito con proficuo impegno le attività di gestione routinaria della Biblioteca dell'Ente e del Centro di documentazione informatizzato. In particolare, il personale dell'Azienda ha continuato a curare il trattamento e la revisione del patrimonio bibliografico camerale, oltre alle routinarie attività di

data entry anche finalizzate all'arricchimento dell'OPAC (OnLine Public Catalogue) presente in rete.

L'Azienda ha inoltre curato con puntualità il servizio di informazione socio-economica sulla provincia; l'approfondimento degli argomenti economici anche per altri Uffici dell'Ente e la predisposizione di indagini ad hoc.

I citati servizi di informazione e consultazione bibliografica e di informazione economica e statistica - importante punto di riferimento non solo locale - sono aperti all'utenza esterna.

L'Azienda ha anche curato, sempre nell'ambito delle attività di documentazione e diffusione dell'informazione economica, l'accoglienza presso la Cittadella delle imprese di 14 visite didattiche di scuole medie superiori di secondo grado per complessivi 350 studenti ai quali il personale addetto ha descritto, anche in collaborazione con l'Ufficio del Registro Imprese, gli aspetti istituzionali e funzionali dell'Ente, illustrando ed approfondendo, inoltre, temi di grande interesse vertenti sugli adempimenti amministrativi e le misure di finanziamento ed agevolazioni finanziarie per l'impresa.

14 VISITE  
DIDATTICHE, 350  
STUDENTI

#### Ufficio provinciale di statistica.

L'Azienda, su delega dell'Ente camerale, ha garantito nel 2014 il corretto ed efficiente funzionamento dell'Ufficio provinciale di statistica, attraverso la realizzazione delle indagini previste dal Programma statistico nazionale (con particolare riferimento alla

complessa Indagine periodica sulla Grande distribuzione organizzata svolta annualmente per conto del Ministero dello Sviluppo economico), il supporto all'attività dell'Istat e lo svolgimento delle funzioni routinarie indicate dal Sistan.

#### Ufficio prezzi.

L'Ufficio prezzi licenzia mensilmente, ai sensi dell'articolo 13, comma 1, punto 4 del D.P.R. 28 giugno 1955, n.620, il listino prezzi all'ingrosso dei prodotti alimentari e non alimentari praticati sulla piazza di Taranto. La complessa attività di acquisizione dei dati presso Istituzioni ed aziende campione e di elaborazione degli stessi per la redazione dei mercuriali - arricchiti anche dai listini prezzi dei prodotti petroliferi - è eseguita dal personale dell'Azienda secondo il dettato legislativo e in ottemperanza al Regolamento camerale in materia. Con analoghi impegno ed efficienza, sempre su delega della Camera di commercio, l'Azienda espleta anche tutte le altre funzioni di Ufficio Prezzi previste dalla normativa (rilevazione e predisposizione del Listino prezzi dei prodotti petroliferi ai sensi delle relative circolari ministeriali; certificazioni; deposito listini), fornendo anche servizi a sportello, resi nel 2014 a 84 utenti.

#### Sportello al consumatore.

Lo Sportello al consumatore continua a rappresentare un apprezzato servizio informativo e consulenziale a favore dei consumatori e delle imprese in materia di tutela dei consumatori e

correttezza contrattuale. Anche nel 2014 il personale aziendale come di consueto ha atteso con competenza all'attività di informazione, consulenza ed assistenza sulle normative in materia, ed è stato impegnato nello studio delle casistiche sottoposte all'attenzione dello Sportello, per un servizio che intende contribuire a favorire lo sviluppo di rapporti corretti all'interno del mercato, coerentemente con quel ruolo di "regolazione del mercato" proprio delle Camere di commercio.

*Settimana Nazionale della Conciliazione 2014.*

L'Azienda ha assicurato la partecipazione alla undicesima edizione della *Settimana Nazionale della Conciliazione delle Camere di Commercio*, il tradizionale appuntamento promosso da Unioncamere per diffondere la conoscenza e i vantaggi della mediazione e degli strumenti di giustizia alternativa in generale. L'Ente camerale tarantino, attraverso l'Azienda, ha aderito come ogni anno all'importante iniziativa promozionale dei servizi camerali di mediazione e conciliazione, che vede impegnate tutte le Camere di commercio italiane in una campagna di informazione e promozione dello strumento di "giustizia alternativa" della mediazione e conciliazione offerto dalle Camere di commercio, svoltasi per questa edizione nella settimana dal 10 al 16 novembre 2014.

*Sportello informazioni su leggi di finanziamento ed agevolazioni per le imprese.*

Nel corso del 2014 l'Azienda ha proseguito l'attività di informazione, prevalentemente a supporto dello start – up d'impresa, in merito agli adempimenti amministrativi ed alle agevolazioni finanziarie per le attività economiche.

In una logica di proseguimento della qualificazione e specializzazione dell'offerta informativa, anche per l'anno 2014 i servizi dello sportello sono, altresì, assicurati in collaborazione con la Regione Puglia-CPA. Come usualmente, è stata distribuita agli utenti una documentazione aggiornata e di facile lettura frutto di ricerche sulle banche dati “Filo d’Arianna” (Banca dati sulle autorizzazioni per avviare una attività in proprio) e “Thesaurus” (Banca dati sulle agevolazioni comunitarie, nazionali e regionali per le imprese e il lavoro autonomo).

Nel corso del 2014 lo Sportello ha ricevuto complessivamente n. 1.258 utenti.

**PIU' DI 1.250  
UTENTI PER  
L'UFFICIO  
FINANZIAMENTI**

Grazie al costante impegno dell'Azienda sul tema, la Camera di commercio di Taranto ha partecipato all'iniziativa di sistema per la sensibilizzazione su Garanzia Giovani ed è presente stabilmente su FILO, la piattaforma integrata dei servizi per la Formazione, l'Imprenditorialità, il Lavoro e l'Orientamento di Unioncamere.

### *Sportello per la internazionalizzazione.*

Lo Sportello per la internazionalizzazione delle imprese, gestito dall'Azienda su delega dell'Ente camerale, eroga servizi di base, informativi e formativi, alle imprese interessate ai mercati internazionali ed alla partecipazione a manifestazioni fieristiche.

Anche nel 2014 i servizi di sportello si sono affiancati a quelli resi dall'antenna territoriale tarantina di BRIDG€conomies, consorzio interregionale ed interistituzionale, di cui le Camere di commercio pugliesi sono partner per il tramite dell'Unione regionale, facente parte della rete Enterprise Europe Network. L'Azienda ha integrato le competenze dello sportello camerale con quelle dell'antenna comunitaria.

Il servizio è, ormai, standardizzato grazie alla forte integrazione informativa di Worldpass, lo sportello virtuale del sistema camerale per l'internazionalizzazione, a pieno regime da un biennio.

### *Fiere programma Unioncamere Puglia.*

L'Azienda ha partecipato alla realizzazione dei programmi di promozione fieristica nazionali ed internazionali gestiti da Unioncamere Puglia.

Nell'ambito delle attività informative, lo sportello per l'internazionalizzazione ha, infatti, provveduto alla massima diffusione, nei confronti delle imprese della provincia, dei

calendari delle fiere del “settore enoagroalimentare e manifatturiero” e della relativa scheda di adesione di massima, sia con invii diretti sia inserendo la modulistica sul portale camerale. Dopo aver realizzato un database con le richieste pervenute dalle imprese, l’Azienda ha inviato le circolari dell’Unioncamere e le schede di adesione delle singole manifestazioni. L’Azienda ha poi redatto, di concerto con l’Unioncamere regionale, le graduatorie ed ha partecipato agli incontri regionali pre-organizzativi e per l’assegnazione degli stand.

La partecipazione alle manifestazioni fieristiche ha permesso alle aziende locali di migliorare la visibilità e la competitività in ambito nazionale ed internazionale.

#### Ufficio Brevetti e Marchi.

L’Azienda ha proseguito anche nel 2014 ad espletare regolarmente le attività in materia di tutela della proprietà industriale dell’Ufficio Brevetti e Marchi dell’Ente camerale, normativamente disciplinate dal D.Lgs. n. 30/2005 e successive modifiche ed integrazioni.

L’impostazione ormai consolidata dell’erogazione del servizio, che non si limita più esclusivamente alla ricezione delle domande di brevetto e marchi da trasmettere all’Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ([U.I.B.M.](#)) del Ministero dello Sviluppo

economico, caratterizza l'Ufficio per l'erogazione di servizi sempre più specializzati quali:

- l'attività di informazione ed assistenza, svolta in modalità front office e modalità telefonica, anche attraverso l'ausilio di brochure informative appositamente redatte dall'Ufficio, circa le procedure amministrative previste per la richiesta dei titoli di proprietà industriale a livello nazionale ed internazionale;
- l'attività di informazione relativa alla normativa nazionale ed internazionale che sottende la richiesta di titolarità di un marchio, di un brevetto o di un disegno e modello e ne disciplina il mantenimento in vita;
- l'attività di informazione relativa alla normativa nazionale di gestione dei seguiti, ossia delle procedure normativamente previste per permettere variazioni di qualunque natura in capo ai titoli di proprietà industriale depositati e/o concessi sul territorio nazionale;
- il servizio di ricerca di anteriorità e novità di titoli di proprietà industriale precedentemente depositati e/o concessi a livello nazionale ed internazionale, attraverso la consultazione di banche dati rese disponibili dall'Ufficio ministeriale;
- la ricezione, seguita dal controllo formale e relativa istruttoria, delle domande di deposito di brevetto per invenzione industriale, modello di utilità, disegno e modello e registrazione di marchio di impresa valide per il territorio nazionale;

- la ricezione e controllo formale delle domande di deposito relative alle registrazioni di marchi internazionali;
- la ricezione, controllo formale e relativa istruttoria delle istanze di trascrizione, di annotazione e varie depositate al fine di apportare modifiche totali e/o parziali allo stato di vita di un titolo depositato e/o concesso sul territorio nazionale;

la trasmissione in tempo reale, attraverso modalità telematica (scansione, firma digitale e caricamento), all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi delle istanze di deposito di titoli di proprietà industriale pervenute all'Ufficio in modalità cartacea.

Il personale preposto è impegnato in una continua attività di aggiornamento ed approfondimento della materia di cui si dirà più avanti, mentre è da rilevare il sempre elevato flusso di utenza che si è avvalsa dei servizi informativi e di orientamento forniti.

Nell'ottica di fornire un valore quantitativo all'entità dei servizi erogati a 1024 utenti, si riporta, di seguito, il numero delle istanze presentate nel 2014 per l'ottenimento di brevetti, per la registrazione di marchi di impresa e di disegni e modelli e per le ulteriori pratiche connesse:

**PIU' DI 1000 UTENTI  
PER L'UFFICIO  
BREVETTI E  
MARCHI**

Tipologia di deposito	Marchi		Brevetti		
	Nazionali	Internazionale	Invenzione industriale	Modello di utilità	Disegno o Modello
<b>Totale</b>	<b>186</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>2</b>

Istanze				Tasse	Totale depositi
Annotazione	Trascrizione	Varie/ Integrativa	Scioglimento di riserva		
5	8	4	0	4	<b>226</b>

Nel 2014 la Camera di commercio di Taranto, con il supporto dell'Azienda, ha proseguito nel potenziamento del proprio Ufficio Brevetti e Marchi finalizzato alla diffusione della cultura brevettuale ed al rafforzamento dei servizi alle imprese sulla tutela della proprietà industriale.

In tale ambito, sono stati organizzati, in collaborazione con Unioncamere Puglia, partner della rete Enterprise Europe Network, un ciclo di seminari formativi "La tutela del marchio in Italia e all'estero". In dettaglio il 5 novembre 2014 si è realizzato presso la Cittadella delle imprese l'incontro formativo "Marchi e DESIGN: istruzioni per l'uso" mentre il 06 novembre 2014 si è tenuto il seminario "Il marchio: come, dove e perché".

Il personale preposto è impegnato in una delicata attività di aggiornamento, già avviata nel 2014, a seguito della recente introduzione delle nuove modalità di deposito dei titoli di proprietà industriale e l'entrata a regime dell'utilizzo dell'applicativo per il nuovo deposito telematico per tutte le tipologie dei titoli di proprietà industriale, che sostituisce quello finora utilizzato dalle Camere di commercio, che comporteranno

una completa e radicale rivisitazione della disciplina di deposito brevettuale e per la quale il personale preposto è chiamato ad una intensa attività di revisione di grande rilievo.

Sito WEB della Camera di commercio.

È proseguita, anche per l'anno 2014, l'attività di aggiornamento del sito web dell'Ente da parte dell'Azienda. Condotta nell'ambito dell'obiettivo di comunicazione istituzionale dell'Ente camerale, l'attività ha riguardato la cura del profilo contenutistico, attraverso lo studio delle sezioni, la revisione e l'adeguamento delle pagine, la redazione di testi informativi per l'utenza, la creazione della modulistica, l'elaborazione dei contenuti relativi ai servizi promozionali non standardizzati ed il coordinamento degli argomenti burocratico – amministrativi (in tutto oltre 400 aggiornamenti nell'anno), nonché il supporto alla Camera di commercio nell'adeguamento della sezione relativa alla trasparenza alle prescrizioni formali previste dal D.Lgs. n.33/2013. La complessa attività svolta quotidianamente, peraltro sempre finalizzata alla applicazione delle direttive ministeriali in materia di gestione dei siti web delle Pubbliche amministrazioni, ha anche consentito di conseguire positivi risultati in termini di gradimento da parte dell'utente imprenditore/cittadino (90.325 visitatori per 266.224 pagine visitate nel 2014).

OLTRE 400  
AGGIORNAMENTI  
AL SITO WEB

ADEGUAMENTO  
ALLE NORME  
SULLE  
TRASPARENZA

Il numero degli interventi eseguiti e la complessità degli argomenti trattati evidenziano il notevole e costante impegno profuso dall'Azienda in azioni di implementazione della fruibilità e della qualità contenutistica del sito, senza trascurare di cogliere le tematiche più rilevanti di ogni area e garantendo la massima visibilizzazione possibile. L'Azienda, in tal modo, continua a rispondere con efficacia e competenza alle specifiche e molteplici richieste provenienti da tutte le aree funzionali dell'Ente camerale.

#### Attività di comunicazione.

L'Azienda ha garantito la massima amplificazione delle attività di comunicazione della Camera di commercio di Taranto, sia per quel che concerne la promozione dell'immagine pubblica, sia relativamente alla diffusione della conoscenza dei servizi e del ruolo dell'Ente a livello nazionale ed internazionale. In particolare, l'Azienda ha assicurato l'attuazione di tutte le iniziative di comunicazione della Camera di commercio di Taranto, secondo una sempre più incisiva logica multicanale, tanto nell'erogazione di servizi e diffusione di informazioni, quanto nella ricezione di messaggi da parte dell'utente. La strategia di relazione seguita si può sintetizzare nelle seguenti direttrici, tutte corrispondenti a prodotti a vario supporto di rilevante impatto esterno:

- sito web dell'Ente camerale (modificato, arricchito, aggiornato

sotto il profilo grafico e contenutistico ed in costante miglioramento, con oltre 400 aggiornamenti nel 2014);

- gestione contenutistica ed invio tempestivo di informazioni, circolari, news ad una mailing di circa 1.000 contatti diretti (imprese, associazioni di categoria, istituzioni, ordini professionali);

- iniziative seminariali e convegnistiche (33 nel 2014) di cui 5 con rilievo nazionale, nonché conferenza stampa (13 nel corso dell'anno) tutte connesse alle aree di competenza camerale;

- contributi pubblicitari relativi alla conoscenza delle attività promozionali e burocratico – certificative dell'Ente;

- pubblicazione di annunci istituzionali sulla stampa e realizzazione di campagne pubblicitarie sui quotidiani locali;

- comunicati stampa sia strettamente tecnici, sia a supporto comunicativo all'Ufficio di Presidenza camerale (62 nell'anno, con un impatto ipotizzabile di oltre 300 presenze sulla stampa cartacea/online e oltre 120 passaggi televisivi, nonché con costante presenza sulla rassegna stampa e sui canali di comunicazione di Unioncamere nazionale);

**OLTRE 400  
PRESENZE SU  
STAMPA,  
INTERNET E TV**

- ricevimento di numerose visite scolastiche per la promozione della cultura d'impresa e dell'immagine pubblica della Camera di commercio;

- gestione della pagina Facebook istituzionale dell'Ente camerale, ai fini di una diffusione sempre più capillare delle informazioni a mezzo del social network più utilizzato a livello

**FACEBOOK,  
TWITTER,  
YOUTUBE: UNA  
COMUNICAZIONE  
MULTICANALE**

internazionale (oltre 500 Mi piace sulla pagina e 100 post pubblicati, con picchi di copertura fino a 1.200 persone raggiunte);

- attivazione e gestione del profilo Twitter ufficiale dell'Ente (avviato nell'ottobre del 2014, con oltre 100 follower e 42 tweet nel trimestre);

- attivazione e gestione del canale Youtube istituzionale (avviato nel marzo 2014, con oltre 2.500 visualizzazioni e 20 video pubblicati).

#### Riepilogo azioni – Anno 2014

n. Comunicati stampa	62
n. Conferenze stampa	13
n. post Facebook (oltre 500 Mi piace sulla pagina)	100
n. tweet (attivo da 8/10/2014, 108 follower)	42
n. video Youtube (attivo da 12/3/2014, oltre 2.500 visualizzazioni)	20
n. aggiornamenti sito internet	400

#### Riepilogo EVENTI – Anno 2014

n.	Tipologia evento	Settore	Data
1	Seminario	Economia Civile e mondo dell'agricoltura oggi, per un nuovo sviluppo del Paese	24/01/2014
2	Convegno	I processi informatici e telematici della pubblica amministrazione	11/02/2014
3	Seminario formativo	Avviso a favore delle reti per l'internazionalizzazione	13/02/2014
4	Seminario	"L'equivoco del sud - Sviluppo e coesione sociale" – Libro Forum con Carlo Borgomeo	21/02/2014
5	Seminario formativo 	Workshop - Gli strumenti camerale e i programmi ICE (con ICE Agenzia)	25/02/2014
6	Follow up (outgoing)	SIAFT V settore agroalimentare	28/02/2014
7	Seminario formativo	Aprire all'estero dopo la globalizzazione	01/04/2014
8	Seminario formativo	Impresa 2.0. E-commerce: tecnologie, marketing e testimonianze	03/04/2014
9	Seminario formativo	E-commerce: profili normativi e aspetti operativi	08/04/2014
10	Seminario	Economia civile e management - Verso nuove relazioni nell'organizzazione aziendale	11/04/2014

11	Seminario formativo	Formazione FAD - SIAFT V	07/05/2014
12	Seminario formativo	Settimana del BIO in Puglia 3a edizione (con EEN)	08/05/2014
13	Seminario formativo/Country presentation	Formazione FAD - SIAFT V	12/05/2014
14	Seminario formativo/Country presentation	Formazione FAD - SIAFT V "IN.CO.REA DEL SUD"	14/05/2014
15	Seminario formativo/Country presentation	Formazione FAD - SIAFT V	19/05/2014
16	Seminario formativo/Country presentation	Formazione FAD - SIAFT V	28/05/2014
17	Incoming B2B	SIAFT V Olio	03/06/2014
18	Seminario formativo/Country presentation	Formazione FAD - SIAFT V	11/06/2014
19	Seminario formativo	 VII Giro d'Italia delle donne che fanno impresa. Favorire l'accesso al credito	12/06/2014
20	Convegno	Giornata dell'economia 2014	14/06/2014
21	Seminario formativo	Formazione FAD - SIAFT V	16/06/2014
22	Incoming B2B	SIAFT V Vino	19/06/2014
23	Seminario	Economia Civile e imprenditoria agricola oggi	20/06/2014
24	Incoming B2B	Incoming Cina	26/06/2014
25	Incoming B2B	SIAFT V Food	03/07/2014
26	B2B telematico	SIAFT V Food	04/08/2014
27	Seminario formativo	 Imparare a intraprendere – in collaborazione con Legambiente	08/09/2014
28	Incoming B2B	SIAFT V Turismo	17/09/2014
29	Fiera	SIAFT V Vino - Olio	19/10/2014
30	Seminario formativo	La tutela del marchio in Italia e all'Estero	05/11/2014
31	Seminario	Economia civile e utilities: governance, co-produzione, inclusione	28/11/2014
32	Seminario formativo	 Digital in tour (con Google, Unioncamere, Symbola)	05/12/2014
33	Seminario formativo/Country presentation	 Seminario su normativa, pianificazione e programmazione nei settori dell' energia e dei rifiuti in Serbia (con ICE Agenzia)	17/12/2014

 **EVENTO NAZIONALE**

U.R.P. – Ufficio relazioni con il pubblico della Camera di commercio.

L'Azienda fornisce all'U.R.P. – Ufficio relazioni con il pubblico un costante e qualificato supporto tecnico ed organizzativo. Conduce, infatti, dal 2007, indagini di soddisfazione dell'utenza, rendendo evidenti le reali manifestazioni dei bisogni espresse dai propri interlocutori rispetto all'efficienza dei servizi erogati e delle strategie comunicative messe in atto, nonché alla funzionalità dei locali in cui l'Ente camerale ha sede.

Tuttavia, l'Azienda conduce per l'Ente camerale numerose altre iniziative di customer relationship management, attuate attraverso strumenti di facile comprensione come il tempestivo invio di informazioni ed aggiornamenti ad una mailing list composta da circa 1.000 contatti e-mail, e le schede di rilevazione utilizzate dai clienti-utenti per comunicare pareri, disservizi, suggerimenti e pareri.

Comitato per la promozione dell'imprenditorialità femminile.

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

Obiettivo primario del Comitato in argomento è operare in sinergia con gli indirizzi camerali offrendo al territorio economico

COMITATO  
IMPRENDITORIA  
FEMMINILE (CIF)

locale un efficace contributo in termini di diffusione e radicamento della cultura imprenditoriale femminile, favorendone una presenza attiva nel processo di sviluppo dell'economia locale.

Anche per l'anno 2014 l'Ente camerale ha delegato all'Azienda le attività di segreteria tecnica ed organizzativa del Comitato imprenditoria femminile, attività condotta dal personale con impegno e puntualità.

Nel corso dell'annualità 2014 la Segreteria ha curato in particolare per il Comitato la realizzazione delle seguenti attività:

1. attività amministrative (convocazioni e verbalizzazioni);
2. attività comunicativa e promozionale (conferenze e comunicati stampa, report statistici di settore);
3. collaborazione alle iniziative della Consigliera regionale di parità;
4. partecipazione alle attività promosse dalla rete camerale;
5. partecipazione attiva a seminari/convegni d'interesse;
6. realizzazione dei seguenti eventi seminariali:

VII GIRO D'ITALIA  
DELLE DONNE CHE  
FANNO IMPRESA  
PER LA SECONDA  
VOLTA A TARANTO

#### Riepilogo iniziative - Anno 2014

N.	Tipologia evento	Argomento	Data	N. imprese coinvolte
1	Seminario formativo	Impresa 2.0. E-commerce: tecnologie, marketing e testimonianze (con Comitato imprenditoria femminile)	3 aprile 2014	30
2	Seminario formativo	E-commerce: profili normativi e aspetti operativi (con Comitato imprenditoria femminile)	8 aprile 2014	30

3	Seminario formativo (EVENTO NAZIONALE)	VII Giro d'Italia delle donne che fanno impresa. Favorire l'accesso al credito	12 giugno 2014	60
---	--	--	----------------	----

Segreterie amministrativo-contabili.

- Agromed s.c.a r.l.

Rilevante è stata l'attività, svolta dall'Azienda speciale Subfor per conto dell'Ente camerale, di supporto amministrativo-contabile per la Società consortile a r. l. "Agromed", costituita dalla Camera di commercio, dalla Provincia e dal Comune di Taranto per la realizzazione della omonima infrastruttura agro-industriale. Le funzioni espletate nel 2014, per il tramite dell'Azienda, si possono così riassumere:

AGROMED

- 1) servizio di sede operativa;
- 2) servizio di segreteria amministrativo-contabile e verbalizzazione delle riunioni degli Organi;
- 3) rapporti con l'Istituto di credito;
- 4) rapporti con i Soci, il Consiglio di Amministrazione, il Presidente, il Collegio sindacale;
- 5) predisposizione ed espletamento procedura bando di gara per l'affidamento con procedura aperta del servizio di tesoreria della Società.

L'Azienda, su delega dell'Ente Socio Camera di commercio di Taranto, ha dunque garantito anche per il 2014 la segreteria amministrativo - contabile della Società.

- Distripark Taranto s.c.a r.l.

Fino al 1 maggio 2014 l'Azienda ha continuato a svolgere, per conto dell'Ente camerale, il servizio di supporto amministrativo-contabile per la Società consortile a r. l. "Distripark Taranto", costituita dalla Camera di commercio, dalla Provincia, dal Comune e dall'Autorità Portuale di Taranto per la realizzazione della omonima infrastruttura.

DISTRIPARK  
TARANTO

Nel mese di maggio 2014 la Camera di commercio di Taranto ha assunto la decisione di sospendere con decorrenza immediata l'erogazione del servizio di segreteria amministrativo-contabile sino ad allora garantito gratuitamente, attraverso l'Azienda, alla Società consortile.

Le funzioni espletate dall'Azienda relativamente all'esercizio 2014 si sono estrinsecate prevalentemente nelle seguenti attività:

- 1) servizio di sede operativa;
- 2) servizio di segreteria amministrativo-contabile e verbalizzazione delle riunioni degli Organi;
- 3) rapporti con l'Istituto di credito;
- 4) rapporti con i Soci, il Consiglio di Amministrazione, il Presidente, il Collegio sindacale.

L'Azienda, su delega dell'Ente Socio Camera di commercio di Taranto, ha dunque garantito fino al 1 maggio 2014 la segreteria amministrativo – contabile della Società.

Patti territoriali.

L'Azienda speciale sin dall'avvio supporta la Camera di commercio che, com'è noto, riveste il ruolo di "Soggetto responsabile" dei Patti territoriali della provincia di Taranto costituiti dai Patti territoriali di "Taranto" e di "Castellaneta, Crispiano, Ginosa e Martina Franca" e da quello per "l'agricoltura e il turismo rurale della fascia orientale della provincia di Taranto", ruolo svolto avvalendosi dell'Azienda.

In considerazione dell'avvenuto completamento di tutti gli interventi imprenditoriali ed infrastrutturali ricompresi nell'ambito dei citati Patti territoriali, le attività svolte nel corso del 2014 hanno riguardato principalmente le procedure previste dal Decreto del Ministero del Tesoro, del Bilancio e della Programmazione economica n. 320 del 31 luglio 2000 per le approvazioni definitive dei programmi di investimento e le conseguenti erogazioni del 10% a saldo del contributo.

*Fondazione Taranto e la Magna Grecia.*

L'Azienda ha continuato a svolgere funzioni di Segreteria organizzativa per la Fondazione "Taranto e la Magna Grecia", costituita in data 17 settembre 2007 dalla Camera di commercio di Taranto, unitamente alla Amministrazione provinciale di Taranto, al Comune di Taranto ed all'Università degli Studi di Bari, con lo scopo di contribuire allo sviluppo culturale e turistico del territorio jonico attraverso azioni intraprese a sostegno di attività di ricerca e di studio in ambito archeologico e di iniziative e programmi

culturali di vario genere. Attualmente la Fondazione, che ha ampliato l'oggetto sociale e cambiato la denominazione in Fondazione Taranto e la Magna Grecia – Agenzia di sviluppo Terra Jonica (si veda il relativo paragrafo in questa relazione), continua ad essere supportata dall'Azienda che, nel corso 2014 ha coadiuvato l'Ente camerale nel delicato processo di trasformazione in Agenzia di Sviluppo.

*Tavolo per la mobilità in provincia di Taranto.*

L'Azienda ha proseguito nell'attività di supporto all'Ente camerale (ricerca, studio, promozione) nell'ambito del Tavolo per la mobilità istituito nel 2012 presso la Camera di commercio di Taranto. In particolare, molto intenso è stato l'impegno presso le Amministrazioni comunali della provincia ai fini dell'adozione da parte delle stesse di deliberazioni volte all'attivazione di voli passeggeri da e per l'Aeroporto di Taranto. Ciò attraverso la messa a disposizione di informazioni e dati rinvenienti da un biennio di studio sull'argomento. In generale, l'Azienda ha assistito la Presidenza della Camera di commercio, sia sotto il profilo segretariale sia sotto quello contenutistico, in ogni azione avente il citato obiettivo.

*Attività a supporto delle altre Aree amministrative della Camera di commercio.*

La professionalità e versatilità del personale ha consentito di offrire un valido e determinante sostegno professionale anche ad

altre aree dell'Ente camerale, attraverso l'assegnazione a supporto di un cospicuo numero di dipendenti. Anche nel 2014 si è assistito ad una sempre maggiore implementazione delle attività di supporto fornite dall'Azienda all'Area Anagrafica (nonché al già citato servizio Agricoltura dell'Area Regolazione del mercato e tutela della fede pubblica).

Nell'esercizio 2014 sei unità di cui tre quadri aziendali con formazione di diritto societario, hanno assicurato un importante supporto all'Area Anagrafica dell'Ente, tra cui rientrano le funzioni proprie del Registro delle imprese, degli Albi e Ruoli nonché le altre complesse attività anagrafico – certificative. Come detto, tre unità, di cui una con specifica formazione agronomica, sono dedicate allo svolgimento delle attività di Agricoltura, coadiuvate, seppur parzialmente, da un ulteriore unità.

Una unità, infine, assicura il funzionamento dell'Ufficio di Segreteria di Presidenza della Camera di commercio di Taranto.