

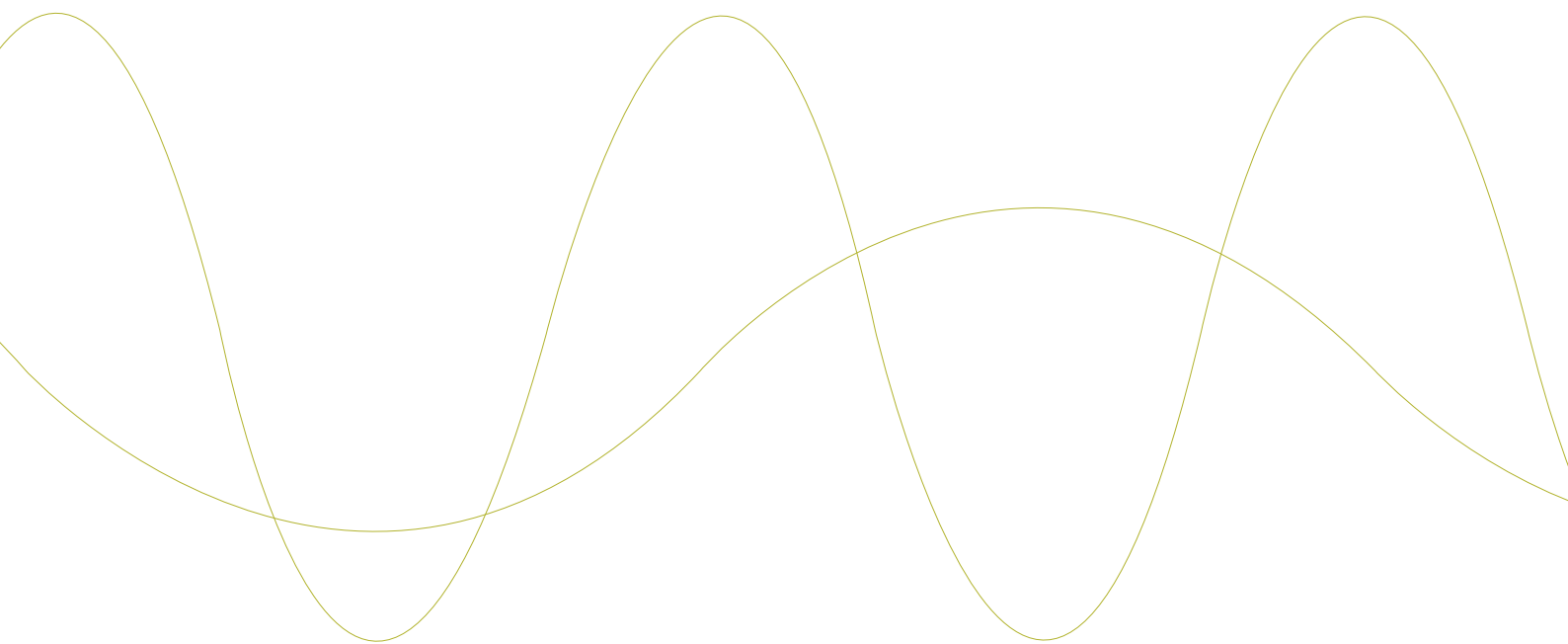
	Introduzione	2
	Lettera del Presidente	2
	Nota metodologica	3
Capitolo 1	L'identità della Camera di Commercio	4
1.1	La missione e i valori	5
1.2	Il profilo socioeconomico della Provincia di Brindisi	7
1.3	Il disegno strategico e programmatico	18
1.4	L'assetto istituzionale e organizzativo	20
1.5	Il sistema della Camera di Commercio	23
Capitolo 2	La relazione sociale	26
2.1	L'identificazione degli stakeholder	27
2.2	Sistema economico-produttivo: i servizi amministrativi	28
	La tenuta di Registri, Albi e Ruoli	28
	La telematizzazione dei servizi	31
	Funzioni amministrative in materia ambientale	34
	Attività certificativa per il commercio con l'estero	34
	Attività amministrativa per il settore viti-vinicolo	35
2.3	Sistema economico-produttivo: la regolazione del mercato	36
	Conciliazione	36
	Pubblicazione dei protesti cambiari e dei listini prezzi	36
	Il controllo metrologico e il controllo sui contratti	37
	La registrazione di brevetti e marchi	38
	Altre competenze in materia di regolazione del mercato	38
2.4	Sistema economico-produttivo: la promozione economica	39
	Internazionalizzazione	39
	Innovazione	44
	Infrastrutture al servizio dell'economia locale	44
	Formazione e orientamento all'imprenditorialità	46
	Marketing territoriale e sviluppo locale	48
	Contributi e accesso al credito	50
	Studi e informazione economica	51
2.5	I rapporti istituzionali e il sistema di governo locale	54
2.6	Le risorse umane e la modernizzazione della Camera di Commercio	58
2.7	Il dialogo con gli stakeholder	65
Capitolo 3	Il rendiconto economico	69
3.1	La produzione del Valore aggiunto	70
3.2	La distribuzione del Valore aggiunto	73
	Appendice	77
	Elenco degli indicatori elaborati	77
	Gruppo di lavoro	80

*La Camera di Commercio di Brindisi con il presente documento giunge alla seconda edizione del proprio Bilancio sociale. La prima edizione è stata importante, oltre che per gli effetti di comunicazione verso l'esterno, per le valenze interne che ha permesso di cogliere. Nella seconda esperienza si è passati da un "approccio orientato al documento" a un "approccio orientato al processo", consolidando gli strumenti e le metodologie e attivando un dialogo con gli stakeholder. Questa evoluzione si inserisce, peraltro, nel quadro della Direttiva 17/2/2006 del Ministro della Funzione Pubblica, nella quale si invitavano le Pubbliche Amministrazioni a predisporre un Bilancio sociale per rendere conto alla platea di stakeholder dell'attività svolta e dei risultati conseguiti, rappresentando in un quadro unitario il rapporto tra visione politica, obiettivi, risorse e risultati.*

*Tale strumento è fondamentale in una società dinamica come la nostra, caratterizzata da forme di comunicazione sempre più numerose, complesse e vivaci, per recuperare e tenere costantemente presente la dimensione etica, che pone l'uomo al centro dell'agire sociale. Ogni decisione, impegno, iniziativa assunta dalla Camera di Commercio si sviluppa nelle relazioni intessute dall'ente con i clienti, le imprese, le istituzioni, cioè con gli stakeholder. Nell'ambito di queste relazioni si sviluppa, infatti, l'identità della Camera di Commercio.*

*La rendicontazione sociale si inserisce in un nuovo modello di gestione più trasparente e partecipato, fondato sul dialogo, sulla condivisione di programmi e risultati, sul confronto tra obiettivi stabiliti e obiettivi raggiunti. Con il Bilancio sociale la Camera di Commercio si apre agli stakeholder per favorire la comprensione delle azioni compiute in termini di efficienza, efficacia, qualità e coerenza. Questo determina l'esposizione a giudizi, critiche costruttive ma anche proposte, nella convinzione che il Bilancio sociale costituisca un'ottima occasione per intraprendere azioni di miglioramento.*

Il Presidente  
*Giovanni Brigante*

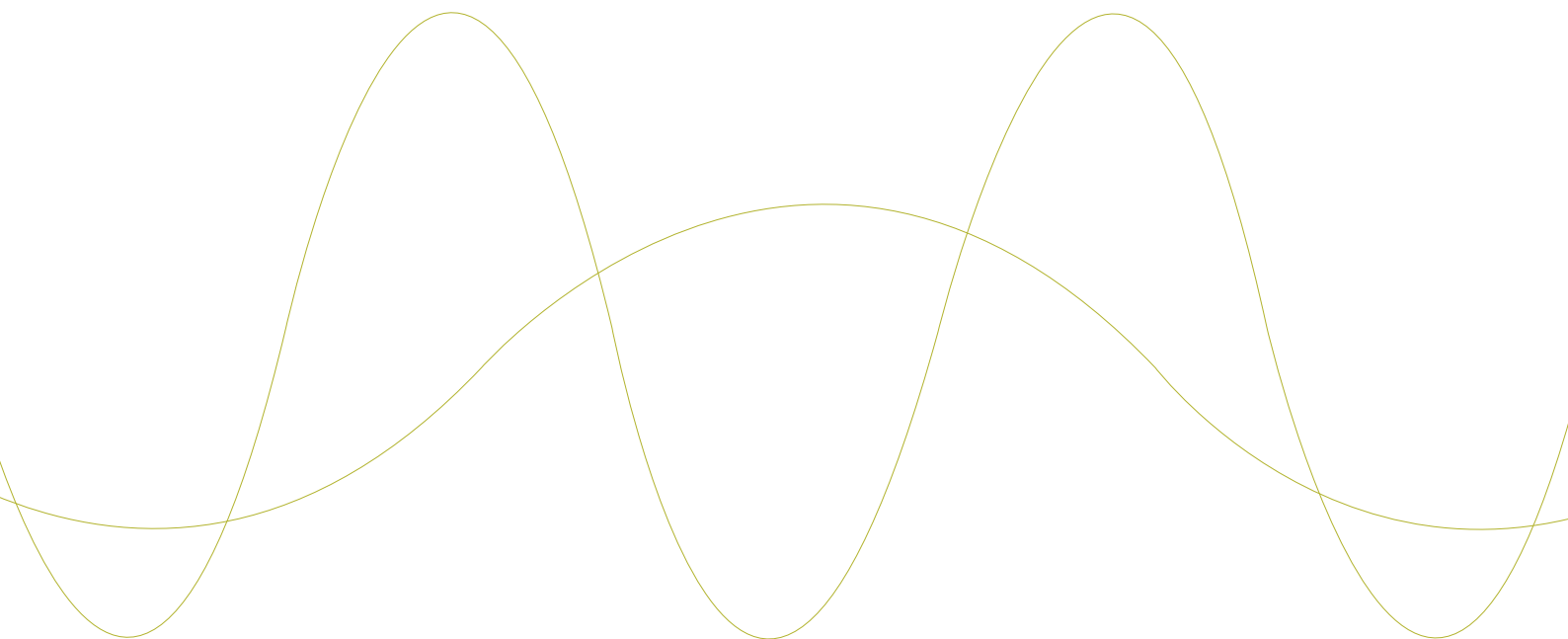


La presente pubblicazione, che si riferisce all'anno 2006, costituisce la seconda edizione del Bilancio sociale della Camera di Commercio di Brindisi. Con questo documento, l'Ente dà conto delle azioni realizzate in attuazione della propria missione istituzionale e delle ricadute sociali che queste hanno generato a favore dei portatori di interesse (stakeholder). Per una Pubblica Amministrazione il Bilancio sociale svolge una funzione importante, in quanto lo rende *accountable* – ossia responsabile – nei confronti degli interlocutori sociali e contribuisce ad accrescerne la trasparenza.

Il documento è stato redatto tenendo conto delle migliori prassi e dei principali standard italiani in tema di rendicontazione sociale, oltre che della direttiva emanata dal Dipartimento della Funzione Pubblica, che invita tutte le Pubbliche Amministrazioni a dotarsi del Bilancio sociale. La pubblicazione si articola in tre parti: la prima traccia l'identità dell'Ente (missione, valori, linee strategiche, assetto istituzionale) e il contesto socioeconomico in cui opera; la seconda individua gli stakeholder "chiave" nei confronti dei quali la Camera rendiconta e illustra le azioni realizzate a loro favore, corredando la descrizione delle attività con gli indicatori di performance di natura qualitativa e quantitativa; la terza parte determina il valore aggiunto prodotto e distribuito a favore delle varie classi di interlocutori sociali.

La predisposizione del Bilancio sociale è stata resa possibile grazie all'impegno di un gruppo di lavoro interno alla Camera e alle Aziende speciali, coordinato dalla dirigenza e che si è avvalso della collaborazione di tutti gli uffici. L'Ente ha voluto replicare questa esperienza con l'obiettivo di rendere la rendicontazione sociale una pratica costante di relazione con i propri interlocutori.

Questa seconda edizione è stata arricchita dal dialogo con gli stakeholder. La funzione di ascolto degli interlocutori sociali risponde all'esigenza di attivare una comunicazione bilaterale con il proprio pubblico, per ricevere da questo un feedback sulle azioni e sugli interventi realizzati e allinearsi quindi maggiormente alle loro richieste secondo una logica di miglioramento continuo. Sono stati intervistati 4 rappresentanti delle professioni, individuati in virtù della loro rilevanza nel contesto socioeconomico locale e del rapporto privilegiato che nel tempo hanno instaurato con l'Ente.

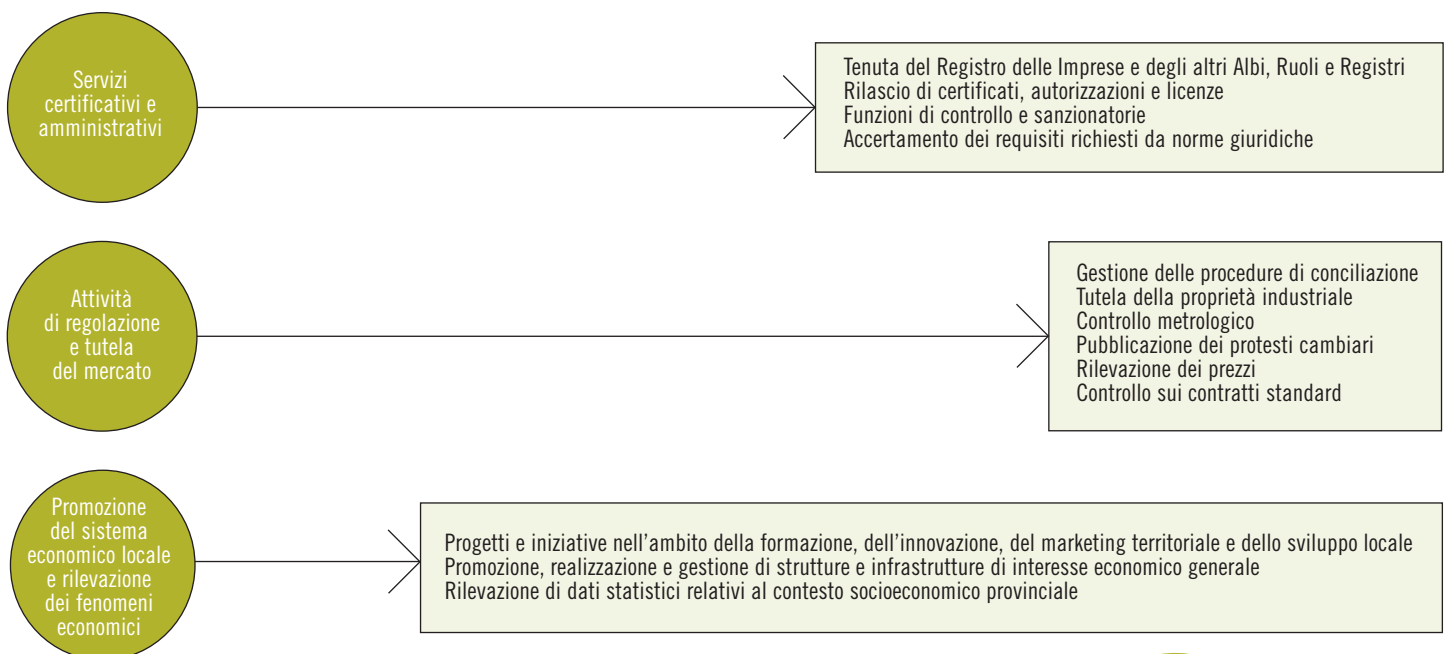




## LA MISSIONE E I VALORI

La Camera di Commercio di Brindisi è un ente autonomo di diritto pubblico che svolge funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese e promuove lo sviluppo dell'economia locale. La legge di riordino n. 580/93 definisce le Camere di Commercio come istituzioni al servizio delle imprese e le classifica quali autonomie funzionali, ossia soggetti pubblici chiamati a curare gli interessi di una categoria specifica di soggetti, le imprese della Provincia. In quanto dotate di potestà statutaria, organizzativa e finanziaria, le Camere di Commercio possono darsi un proprio ordinamento, determinare la propria struttura organizzativa, imporre tributi propri e avere un proprio bilancio.

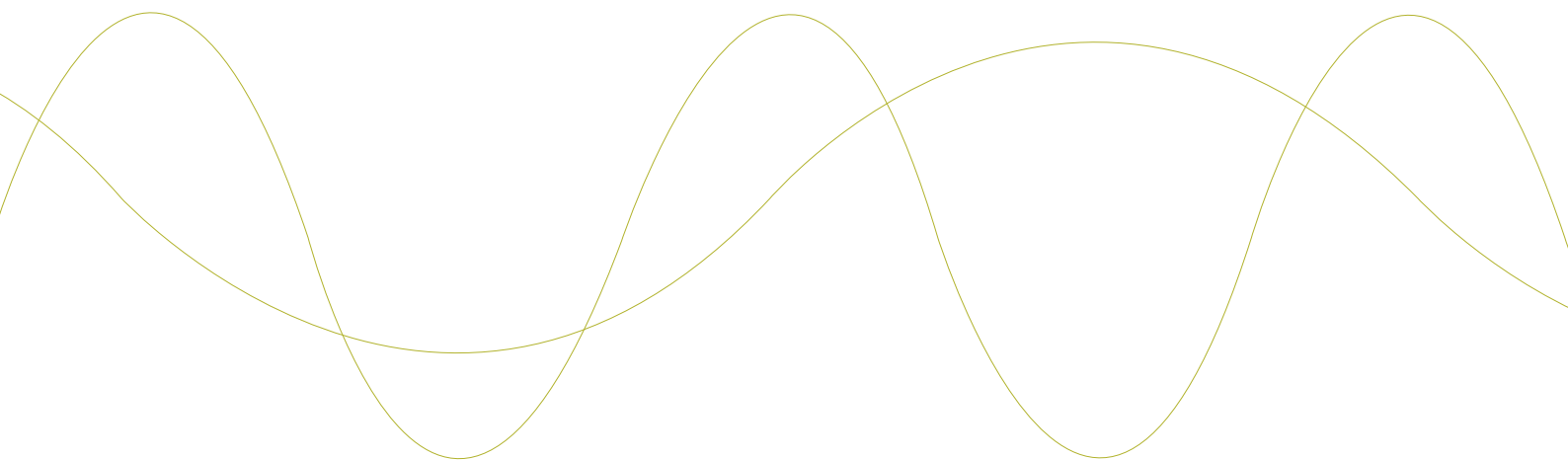
## Le funzioni della Camera di Commercio di Brindisi



La Camera di Commercio di Brindisi interpreta il ruolo che la legge le attribuisce nell'accezione più ampia, proponendosi quale istituzione di riferimento per le imprese e quale raccordo fra le istanze economiche della società civile e il sistema politico-istituzionale locale. Nell'ambito delle competenze riconosciute dall'ordinamento, l'Ente esercita funzioni di tipo certificativo e amministrativo, di regolazione e tutela del mercato e di promozione e rilevazione dei fenomeni economici. Per l'espletamento di tali funzioni, agisce in sinergia con le varie strutture camerali e con gli altri attori locali. Appartiene infatti al Sistema camerale che, attraverso la sua rete nazionale e internazionale, opera in modo integrato al servizio delle imprese e del sistema economico generale, in un'ottica di collaborazione e scambio. Con i soggetti protagonisti dello sviluppo locale, gestisce gli strumenti di programmazione integrata e le iniziative concertate. Tali azioni vengono realizzate monitorando costantemente le risorse a disposizione e i progetti già intrapresi, in modo da pervenire a una loro lettura unitaria e coordinata.

L'azione della Camera di Commercio di Brindisi si ispira a un insieme di valori e principi guida, in parte indicati dalle leggi dello Stato e in parte espressione della realtà socioeconomica di riferimento. I valori nei quali l'Ente si riconosce sono:

- > l'efficacia, l'efficienza e l'economicità della gestione;
- > la trasparenza e il buon andamento dell'azione amministrativa;
- > l'orientamento alla qualità e l'impegno a soddisfare al meglio le legittime aspettative dell'utenza;
- > l'adozione di una progettualità sinergica, intesa come propensione a coordinarsi e a integrarsi con gli altri soggetti locali per l'attuazione di iniziative tese alla crescita del territorio;
- > l'impegno a qualificare la struttura operativa attraverso l'interazione, la flessibilità, la responsabilizzazione e l'aggiornamento delle risorse umane;
- > la volontà di operare in rete, riconoscendo il valore delle collaborazioni con il sistema regionale e nazionale delle Camere di Commercio.



### IL PROFILO SOCIOECONOMICO DELLA PROVINCIA DI BRINDISI

La Provincia di Brindisi si estende su un territorio di 1.839 kmq, dove risiedono circa 400.000 abitanti, con una densità piuttosto elevata e pari a 219,5 abitanti per kmq. Dei 20 Comuni che compongono la Provincia, 6 hanno più di 20.000 abitanti e vi risiede oltre il 60% della popolazione. Quest'ultima si presenta relativamente più giovane della media nazionale.

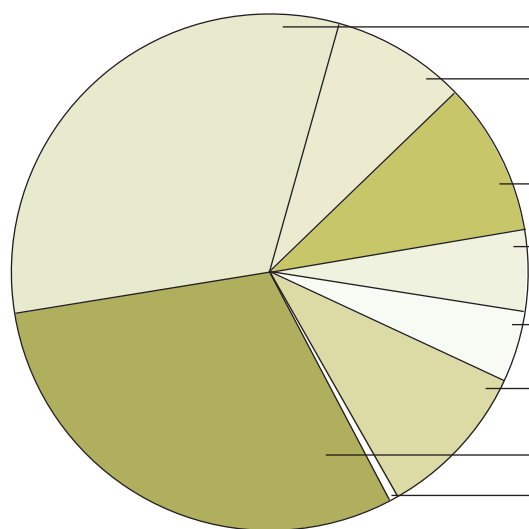
Principali dati demografici (2005)					
Indicatori	Provincia di Brindisi	Puglia	Mezzogiorno	Italia	
Popolazione residente	403.786	4.071.518	20.760.051	58.751.711	
Superficie (Kmq)	1.839	19.366	123.057	301.328	
Densità (ab./Kmq)	219,5	210,2	168,7	195,0	
N. Comuni	20	258	2.557	8.101	
Grado di urbanizzazione	61,2	62,3	55,8	52,7	
Popolazione > 15 anni (%)	84,1	83,6	83,6	84,9	
Forze di lavoro	141.020	1.430.691	7.478.537	24.451.399	
Non forze di lavoro	198.699	1.973.613	9.868.401	25.410.715	
Principali indici demografici (2005)					
Indicatori	Descrizione	Provincia di Brindisi	Puglia	Mezzogiorno	Italia
Indice di struttura	Popolazione 40-64 anni / 15-39 anni	91,2	89,7	89,7	101,4
Indice di vecchiaia	Popolazione > 64 anni / < 15 anni	121,1	110,2	110,3	140,4
Indice di ricambio	Popolazione 60-64 anni / 15-19 anni	85,1	82,8	78,2	109,1
Indice di dipendenza strutturale	(Popolazione 0-14 anni + > 64 anni) / 15-64 anni	49,6	49,2	49,8	51,2

Il sistema imprenditoriale brindisino si è caratterizzato negli ultimi anni per la sua dinamicità, come testimoniato dal tasso di evoluzione, piuttosto elevato se confrontato con la media nazionale e dato da una maggiore natalità imprenditoriale a fronte di un pari tasso di mortalità.

Nel 2006 le sedi di imprese iscritte (al netto quindi delle unità locali e delle sedi secondarie pari complessivamente a 3.935 unità) sono 38.071, di cui 33.587 attive, concentrate soprattutto nell'agricoltura (31,9%) e nel commercio (30,3%). La densità imprenditoriale, ossia il numero di imprese per ogni 100 abitanti, è pressoché pari a quella regionale e leggermente al di sotto di quella nazionale.

Principali indicatori riguardanti il sistema imprenditoriale (2004-2005)					
Indicatori	Descrizione	Provincia di Brindisi	Puglia	Mezzogiorno	Italia
Densità imprenditoriale per 100 abitanti (2004)	N. di imprese ogni 100 abitanti	8,4	8,5	8,3	8,7
Tasso di natalità imprenditoriale (per 100 imprese) (2005)	N. di imprese iscritte nei Registri camerali in un dato arco temporale ogni 100 esistenti all'inizio del periodo (con l'esclusione di quelle agricole)	8,6	8,0	7,7	7,9
Tasso di mortalità imprenditoriale (per 100 imprese) (2005)	N. di imprese cancellatesi dai Registri camerali in un dato arco temporale ogni 100 esistenti all'inizio del periodo (con l'esclusione di quelle agricole)	5,9	5,5	5,2	5,9
Tasso di evoluzione imprenditoriale (per 100 imprese) (2005)	Variazione del N. di imprese in un dato arco temporale ogni 100 esistenti all'inizio del periodo (con l'esclusione di quelle agricole). Risulta dalla differenza tra il tasso di natalità e di mortalità imprenditoriale.	2,7	2,6	2,5	2,0

Distribuzione delle imprese attive della Provincia per settore di attività (2006)



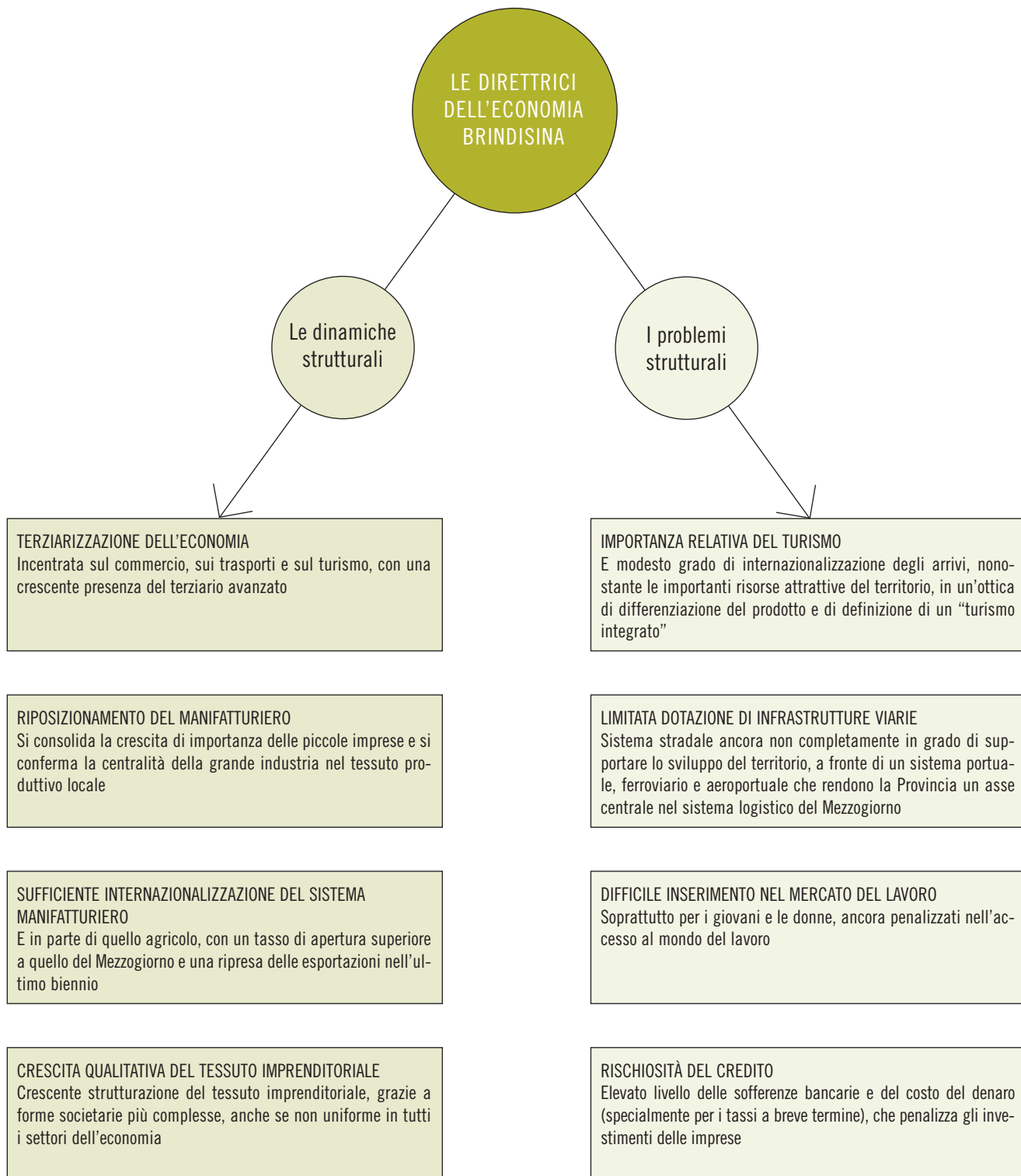
Agricoltura, pesca, minerali	32,2%
Trasporti, intermediazione, altri servizi	8,3%
Attività manifatturiere, energia	9,1%
Istruzione, sanità, servizi pubblici e sociali	4,7%
Alberghi e ristoranti	4,3%
Costruzioni	10,9%
Commercio	30,3%
Altro	0,2%



Nel 2006 l'economia di Brindisi ha registrato una relativa espansione in termini di ricchezza prodotta, per quanto a ciò non abbia corrisposto una crescita dell'occupazione. Il modello di sviluppo della Provincia ha visto la terziarizzazione dell'economia: i servizi sono legati al settore manifatturiero e artigiano in un rapporto di filiera orizzontale e da processi di innovazione tecnologica. Tutto ciò ha determinato un incremento costante del PIL, anche se inferiore alla media regionale e nazionale (rispettivamente pari a 0,9%, 1,5% e 2,0%); una parte di questa grandezza, peraltro, non rientra nella contabilità ufficiale, bensì nella cosiddetta economia "del sommerso".

Principali grandezze dell'economia provinciale (2005)				
Indicatori	Provincia di Brindisi	Puglia	Mezzogiorno	Italia
Valore aggiunto totale (MLN di euro)	5.587	57.806	309.459	1.272.761
- di cui primario (%)	4,1	4,3	4,0	2,3
- di cui secondario (%)	20,4	20,7	20,0	26,9
- di cui terziario (%)	75,5	75,0	76,1	70,9
Occupati totali	118.064	1.221.483	6.411.122	22.562.831
- di cui primario (%)	13,8	8,8	7,2	4,2
- di cui secondario (%)	25,5	27,4	23,9	30,8
di cui terziario (%)	60,6	63,8	68,9	65,0

Le caratteristiche dell'economia provinciale



#### LA TERZIARIZZAZIONE DELL'ECONOMIA

Il volano dell'economia provinciale è rappresentato dal settore terziario, che genera il 75,5% del valore aggiunto complessivo. I comparti principali sono la logistica, i trasporti e il commercio; anche il turismo ha un peso rilevante nell'economia brindisina, grazie ai flussi generati dalla presenza del porto. Il tasso di crescita del terziario, con l'eccezione del commercio, è superiore a quello dell'economia locale nel complesso; anche nel terziario avanzato la crescita media annua delle imprese attive è molto sostenuta (+4,7%).

#### IL RIPOSIZIONAMENTO DEL MANIFATTURIERO

Il manifatturiero presenta anch'esso un peso rilevante nell'economia brindisina: nel 2006 ha contribuito alla formazione del valore aggiunto per il 20,4%, con un'incidenza superiore alla media del Mezzogiorno. Il numero di imprese ha registrato una contrazione dell'1,7% rispetto all'anno precedente, in controtendenza con l'andamento di medio periodo. I principali comparti sono l'industria alimentare, aerospaziale e chimica; il settore si è tuttavia riposizionato sui nuovi segmenti produttivi a maggiore valore aggiunto, che ha permesso di attrarre investimenti e di aprirsi al commercio internazionale. Anche la filiera agroalimentare di qualità (vino, olio, lavorazione delle carni) ha visto un consistente sviluppo e l'ingresso sui mercati internazionali.

#### INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA MANIFATTURIERO

L'economia brindisina presenta un buon grado di internazionalizzazione e ha visto negli ultimi anni una progressiva diversificazione dei mercati di sbocco, con l'aumento del numero dei partner commerciali delle imprese locali. Nel 2006 il valore dell'export è stato di 844,7 milioni di euro. Richiede comunque un ulteriore ampliamento dei mercati di sbocco e un rafforzamento delle produzioni manifatturiere e agricole di qualità.

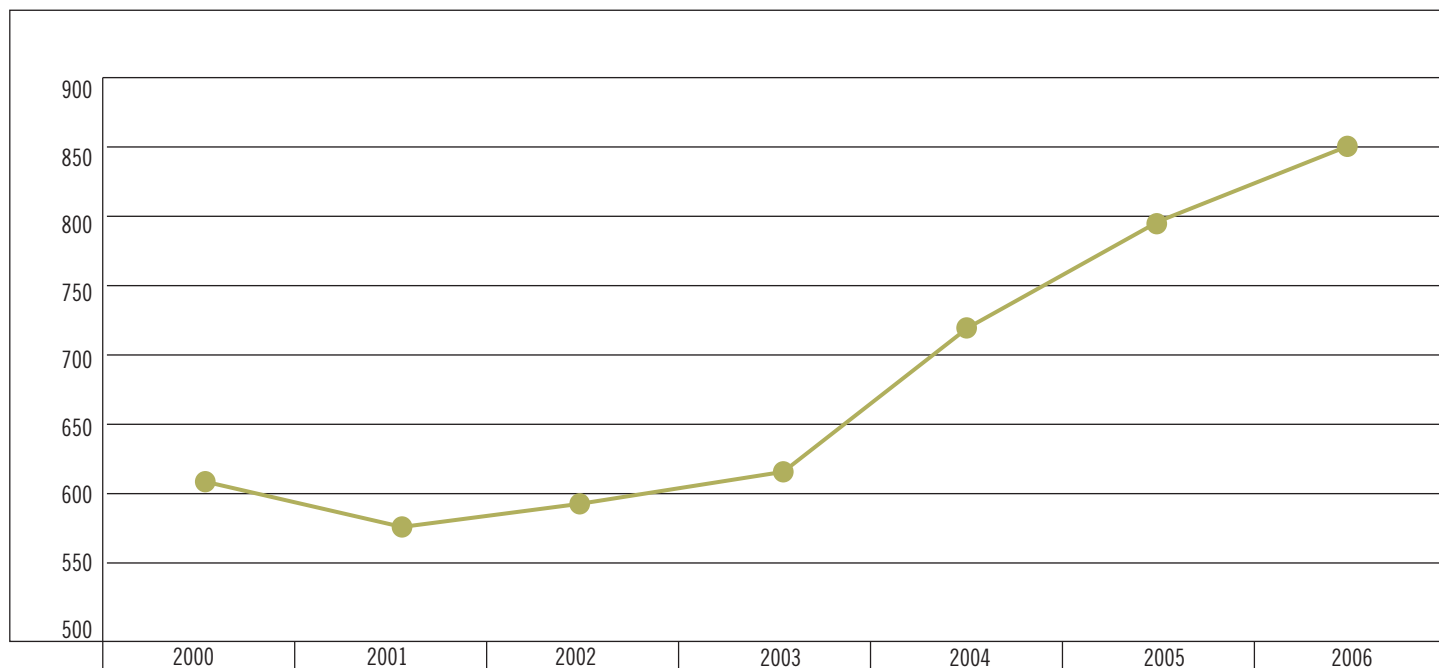
Il grado di apertura dell'economia si attesta a un valore superiore alla media regionale e a molte realtà del Mezzogiorno, sebbene si discosti notevolmente dalla media italiana. Sono soprattutto le importazioni ad avere un andamento positivo grazie alla presenza del porto, che facilita l'ingresso delle merci provenienti dall'estero, destinate in parte al mercato provinciale e per la maggior parte al resto del Paese.

La propensione all'esportazione è superiore a quella della Puglia, ma poco più della metà di quella nazionale. Il principale mercato di riferimento è l'Unione Europea, che da sola assorbe oltre i due terzi delle esportazioni totali, seguita dall'America settentrionale, dove è diretto il 10,9% delle esportazioni. L'export è inoltre legato in gran parte al solo comparto della chimica (40,9%), mentre l'esportazione dei beni agricoli è ancora piuttosto limitata, nonostante le buone potenzialità del territorio.

Principali grandezze dell'economia provinciale (2005)				
Indicatori	Descrizione	Provincia di Brindisi	Puglia	Italia
Grado di apertura dell'economia	(Importazioni + esportazioni)/valore aggiunto	30,0	21,1	43,0
Propensione all'esportazione	Esportazioni/valore aggiunto	12,3	10,4	21,2

In merito al commercio estero, la Provincia di Brindisi ha proseguito il trend positivo iniziato dopo il 2001, con un valore delle esportazioni di 844 milioni di euro e un incremento complessivo del 47% fino al 2006. In quest'ultima annualità, l'export si è concentrato in misura largamente prevalente nel settore della chimica-gomma-plastica (pressoché i due terzi del totale); una quota comunque rilevante è ascrivibile al settore metalmeccanico, con oltre il 20%.

Trend delle esportazioni (2000-2006)



Fonte Istat - sistema informativo coeweb

Export provinciale per categorie merceologiche (2005)		
Settore	Migliaia di euro	%
Chimica-gomma-plastica	560.528	66,4
Metalmeccanico	173.893	20,6
Alimentare	57.763	6,8
Sistema moda	28.789	3,4
Agricoltura e pesca	10.522	1,2
Altro industria	9.962	1,2
Legno-carta	3.264	0,4
<b>TOTALE</b>	<b>844.721</b>	<b>100,0</b>

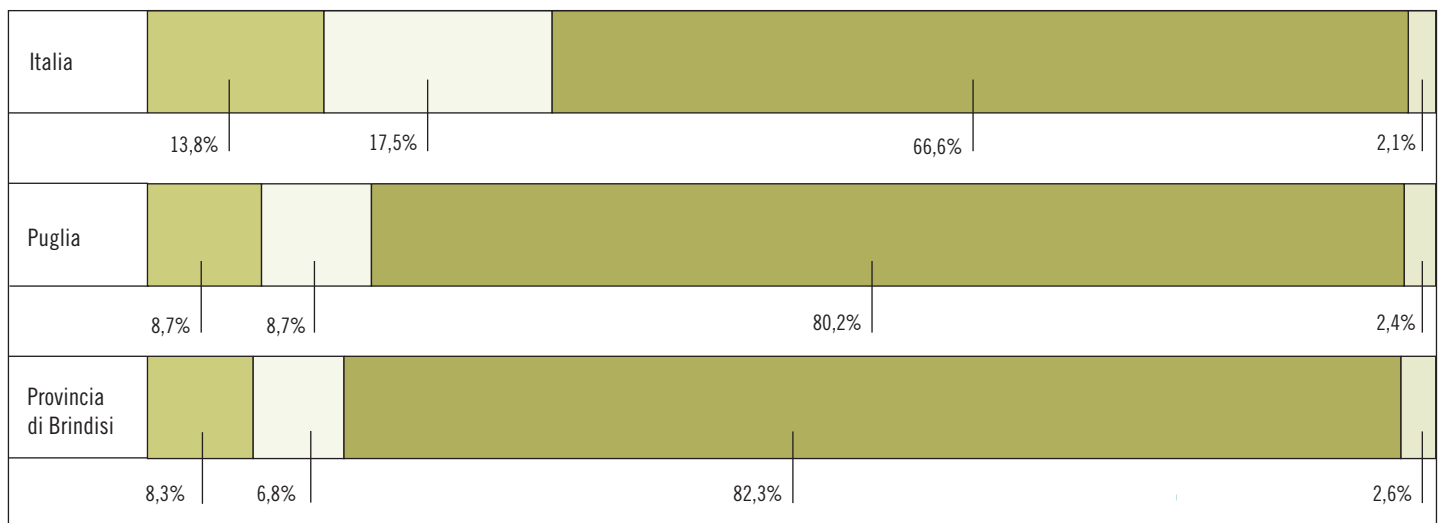
Mercati di sbocco: macro-aree (2005)		
Macro-area	Migliaia di euro	% sull'export totale
UE	524.075	67,3
America settentrionale	85.104	10,9
America centrale e meridionale	16.736	2,1
Europa centro orientale	26.337	3,4
Altri Paesi europei	48.593	6,2
Asia escluso Medio Oriente	43.803	5,6
Africa	20.611	2,6
Medio Oriente	12.144	1,6
Oceania e altro	2.024	0,3

## CRESCITA QUALITATIVA DEL TESSUTO IMPRENDITORIALE

Nell'ultimo decennio le imprese brindisine hanno avviato un processo di rafforzamento per far fronte alla crescente concorrenza e per rendere più stabile e duraturo lo sviluppo dell'economia locale. Nel 2006 l'incidenza delle società, di capitale e di persone, rispetto all'anno precedente è passata dal 14,1% al 15,1%, mentre quella delle imprese individuali è diminuita dall'83,2% all'82,3%.

Distribuzione delle imprese attive per natura giuridica e raffronto con i relativi dati regionali e nazionali (2006)						
	Provincia di Brindisi		Puglia		Italia	
	N.	%	N.	%	N.	%
Società di capitale	2.779	8,3	29.835	8,7	710.445	13,8
Società di persone	2.289	6,8	29.589	8,7	905.044	17,5
Imprese individuali	27.633	82,3	273.889	80,2	3.436.245	66,6
Altre forme	886	2,6	8.195	2,4	106.544	2,1
<b>TOTALE</b>	<b>33.587</b>	<b>100,0</b>	<b>341.508</b>	<b>100,0</b>	<b>5.158.278</b>	<b>100,0</b>

Distribuzione delle imprese attive per natura giuridica (2006)



	Società di capitale
	Società di persone
	Imprese individuali
	Altre forme

#### IMPORTANZA RELATIVA DEL TURISMO

Nonostante le importanti risorse attrattive del territorio, il settore turistico risulta ancora poco valorizzato e di natura prevalentemente costiera, con una scarsa internazionalizzazione. Il settore ricettivo contribuisce, infatti, in modo non rilevante alla formazione del valore aggiunto complessivo, così come l'indice di concentrazione turistica (rapporto tra gli arrivi turistici e la popolazione provinciale) presenta un valore notevolmente inferiore alla media nazionale (65,9 contro 150,2). La Provincia evidenzia inoltre una scarsa capacità di attrarre stranieri: solo il 17,9% degli arrivi turistici proviene dall'estero, contro il 43,1% dell'Italia.

#### LIMITATA DOTAZIONE DI INFRASTRUTTURE VIARIE

La Provincia di Brindisi ha un indice generale di infrastrutture economiche pari a 114,4, nettamente migliore della Puglia e del Mezzogiorno (posta convenzionalmente pari a 100 la media nazionale). La dotazione infrastrutturale della Provincia appare dunque complessivamente buona, con alcune situazioni di eccellenza e la presenza di qualche criticità. La rete ferroviaria e gli aeroporti, ma anche i porti e gli impianti e reti energetico-ambientali, presentano valori al di sopra della media regionale e nazionale; indici in linea con quelli regionali ma inferiori alla media nazionale si riscontrano riguardo alle reti per la telefonia e la telematica e alle reti bancarie.

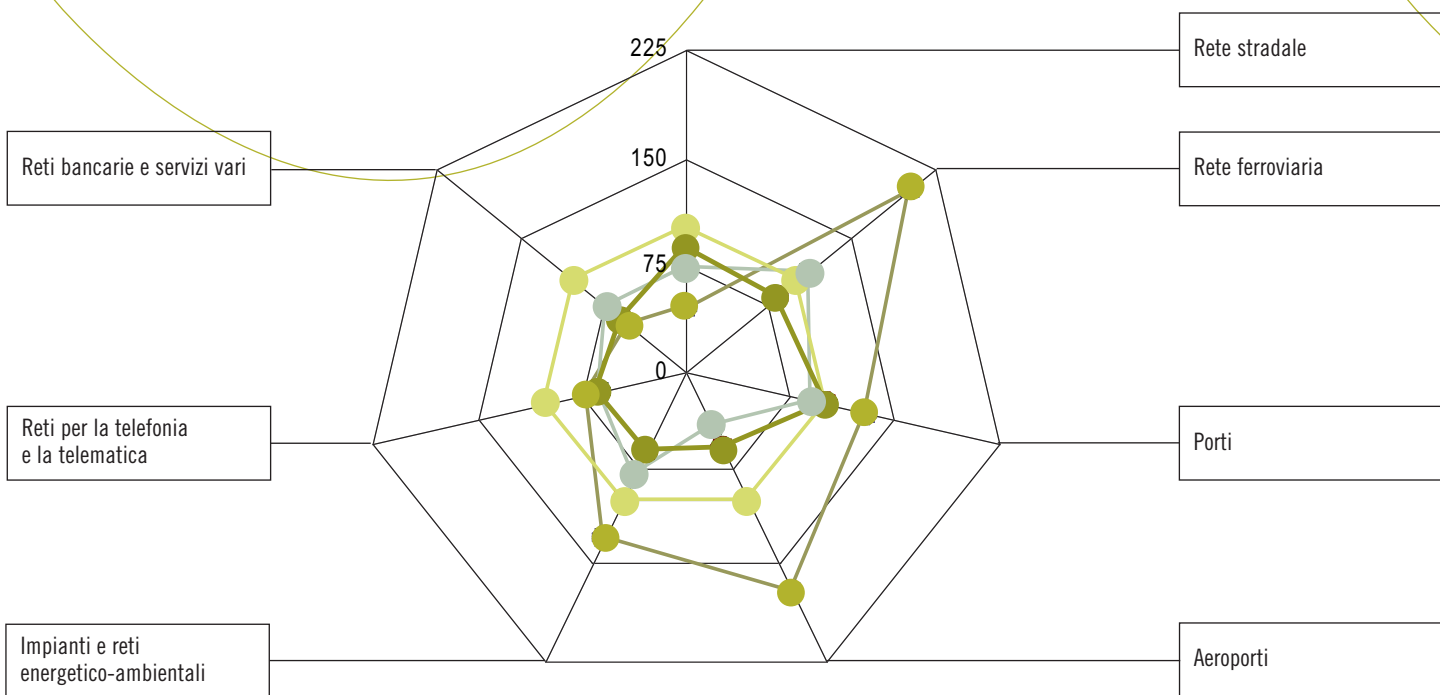
La maggiore criticità è inerente alla rete stradale: il sistema di trasporto, anche per la mancanza di una rete autostradale, non risulta in grado di sostenere il volume di merci e persone che transitano nel territorio. Risultano carenti anche le strade statali e provinciali dell'entroterra, rendendo difficoltosi i collegamenti tra le aree produttive della Provincia e con le altre Province.

Il ritardo nella dotazione di reti telematiche e informatiche contribuisce ad accrescere il divario tra la domanda e l'offerta di servizi ai cittadini e alle imprese, sebbene la terziarizzazione dell'economia renda sempre più necessaria una sinergia tra i servizi e l'industria. La Provincia di Brindisi risulta debole anche relativamente alle infrastrutture sociali, che si attestano tutte al di sotto della media nazionale, penalizzando non solo la qualità della vita della popolazione locale, ma anche l'attrattiva turistica del territorio. Si avverte in particolare la mancanza di un polo universitario, che contribuisca ad apportare le innovazioni tecnologiche e la formazione professionale necessarie per lo sviluppo e la competitività dell'economia locale.



Indicatori infrastrutturali della Provincia (2004)				
Indicatori	Provincia di Brindisi	Puglia	Mezzogiorno	Italia
Indice di dotazione della rete stradale	44,9	72,6	86,5	100,0
Indice di dotazione della rete ferroviaria	201,7	111,3	82,4	100,0
Indice di dotazione dei porti	130,1	89,6	102,6	100,0
Indice di dotazione degli aeroporti	171,8	43,7	59,7	100,0
Indice di dotazione di impianti e reti energetico-ambientali	129,7	81,3	62,3	100,0
Indice di dotazione delle strutture e reti per la telefonia e la telematica	70,9	62,3	64,5	100,0
Indice di dotazione delle reti bancarie e servizi vari	51,7	70,5	59,6	100,0
Indice generale infrastrutture economiche	114,4	75,9	73,9	100,0
Indice di dotazione di strutture culturali e ricreative	34,6	47,2	55,6	100,0
Indice di dotazione di strutture per l'istruzione	73,5	100,2	92,9	100,0
Indice di dotazione di strutture sanitarie	82,2	99,5	81,3	100,0
Indice generale infrastrutture sociali	63,4	82,3	76,6	100,0
<b>Indice generale infrastrutture economiche e sociali</b>	<b>100,0</b>	<b>79,0</b>	<b>75,9</b>	<b>100,0</b>

La dotazione infrastrutturale della Provincia di Brindisi



<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:#808000;"></span>	Provincia di Brindisi
<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:#90EE90;"></span>	Puglia
<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:#FFFF00;"></span>	Italia
<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:#808080;"></span>	Mezzogiorno



#### DIFFICILE INSERIMENTO NEL MERCATO DEL LAVORO

La crescita dell'economia ha prodotto effetti soltanto parziali sul mercato del lavoro, che infatti presenta una situazione di maggiore criticità rispetto alla media nazionale. Il tasso di disoccupazione e quello di occupazione (rispettivamente 12,9% e 45,1%), anche se migliorati tra il 2005 e il 2006, presentano una situazione nettamente peggiore di quella nazionale. Peraltro, la contrazione del tasso di disoccupazione è influenzata anche dal cosiddetto "effetto scoraggiamento", ossia dall'uscita dal mercato del lavoro di una parte dei disoccupati scoraggiati dalla difficoltà di trovare un impiego.

Si registra inoltre un forte divario tra disoccupazione maschile e femminile, con le donne che incontrano maggiore difficoltà, e la presenza di un'ampia quota di lavoro sommerso, che interessa circa un terzo degli occupati della Provincia, specialmente nell'agricoltura.

Principali grandezze relative al mercato del lavoro (2006)		
Indicatori	Provincia di Brindisi	Italia
Tasso di occupazione	45,1	58,4
Tasso di disoccupazione	12,9	6,8

#### RISCHIOSITÀ DEL CREDITO

Il sistema bancario non riesce a supportare pienamente lo sviluppo dell'economia locale né in termini di presenza sul territorio né in termini di risorse erogate. La diffusione degli intermediari creditizi è ancora limitata, con una presenza di 3,5 sportelli ogni 1.000 imprese, contro il 6,2 dell'Italia. L'erogazione dei finanziamenti è frenata da una rischiosità degli impieghi superiore alla media nazionale (7,6 a Brindisi, contro il 3,5 italiano) e dalla richiesta di garanzie reali, che viene privilegiata rispetto alla valutazione della validità dei progetti di investimento. Un ulteriore elemento di ostacolo è rappresentato dall'elevato costo del denaro, specialmente nei tassi a breve. Il sistema bancario non risulta quindi in grado di favorire la crescita dell'economia, in quanto gli imprenditori sono ostacolati nell'ottenere finanziamenti dalle banche e quindi nell'effettuare investimenti.

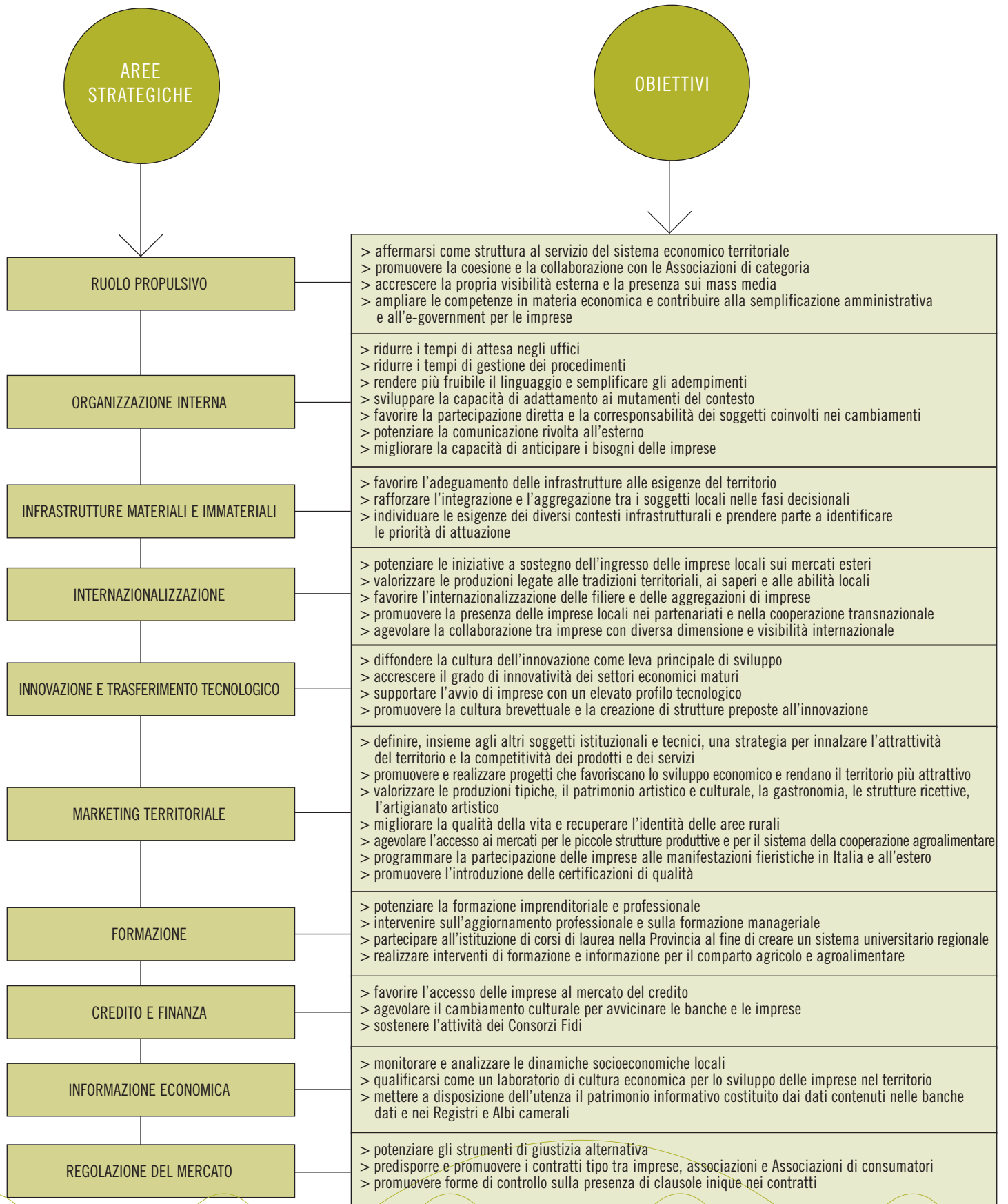
**IL DISEGNO STRATEGICO E PROGRAMMATICO**

Le linee strategiche che la Camera ha definito mirano a qualificarla sempre più come un soggetto protagonista dello sviluppo del territorio, in grado di dare un considerevole contributo alla crescita economica e alla valorizzazione del tessuto produttivo locale. Realizza infatti progetti strategici, operando in una logica di sistema, e adotta la modalità della concertazione con tutti i soggetti che contribuiscono allo sviluppo economico della Provincia. Favorisce inoltre l'integrazione tra il sistema imprenditoriale e il territorio, rendendosi il punto di incontro tra le imprese e i cittadini, tra queste e il mercato e tra queste e le Istituzioni. L'Ente destina le risorse a disposizione alla realizzazione di interventi di ampio respiro e trasversali rispetto ai settori economici, integrandole con iniziative mirate tese a risolvere specifiche situazioni di debolezza o a cogliere le opportunità che di volta in volta si presentano.

Gli ambiti di intervento che ha individuato per il 2006 sono:

- > assumere un ruolo propulsivo per lo sviluppo economico locale e per il rafforzamento della partnership con gli altri soggetti del territorio;
- > darsi un'organizzazione interna orientata all'innovazione tecnologica e alla semplificazione amministrativa;
- > rafforzare il patrimonio infrastrutturale materiale e immateriale, al fine di superare i nodi critici, attrarre nuove attività economiche e favorire un'evoluzione sociale equilibrata;
- > sostenere l'internazionalizzazione delle imprese locali e delle loro aggregazioni, puntando soprattutto sulla valorizzazione delle produzioni locali;
- > diffondere la cultura dell'innovazione e accrescere il livello di innovazione e di trasferimento tecnologico del tessuto economico locale;
- > realizzare iniziative di marketing territoriale in grado di accrescere l'attrattività del territorio;
- > potenziare gli interventi di formazione per gli imprenditori e l'insediamento dell'Università sul territorio provinciale;
- > facilitare l'accesso al credito da parte delle imprese locali, migliorandone il rapporto con il sistema bancario e sostenendo la capacità dei Consorzi fidi di prestare garanzie;
- > diffondere l'informazione economica, sia all'esterno mettendo a disposizione degli utenti il proprio patrimonio informativo, sia all'interno per la programmazione e gli interventi in collaborazione con i policy makers;
- > favorire la regolazione del mercato e la tutela dei consumatori intervenendo nell'ambito della giustizia alternativa, dei contratti tipo e delle clausole inique.

## Le strategie della Camera di Commercio



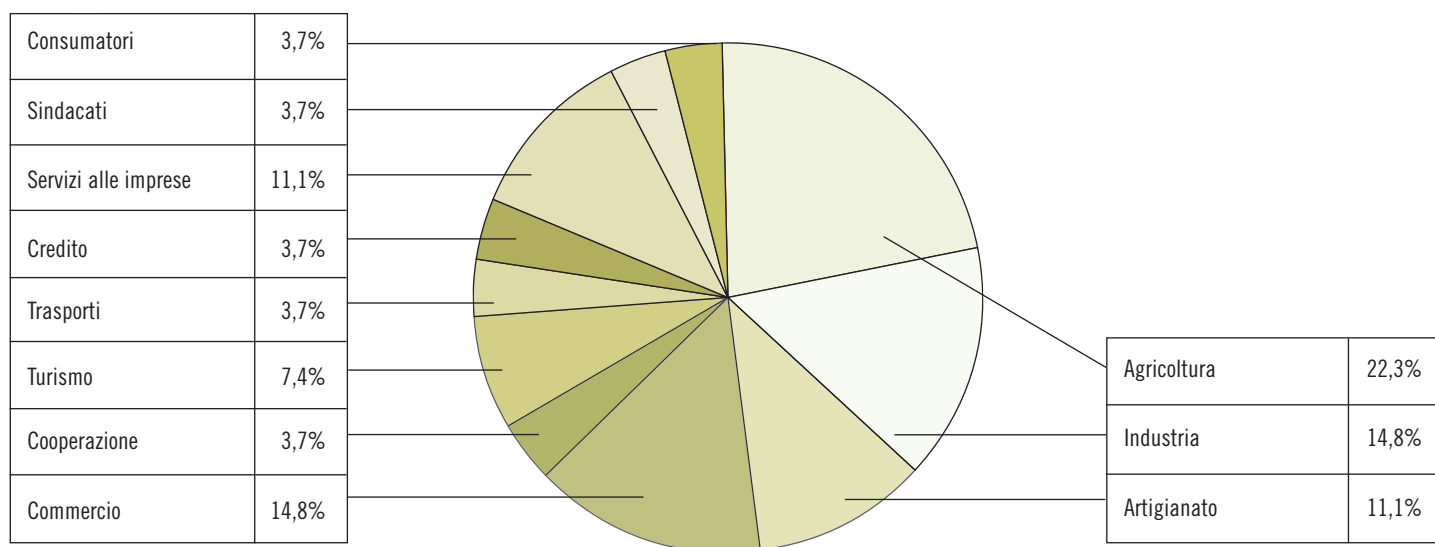
## L'ASSETTO ISTITUZIONALE E ORGANIZZATIVO

La legge e lo Statuto, la carta fondamentale di auto-governo della Camera, individuano come organi istituzionali il Consiglio, la Giunta, il Presidente e il Collegio dei Revisori dei Conti.

Il *Consiglio* è l'organo collegiale di governo: determina gli indirizzi generali della Camera e ne approva il Programma pluriennale di attività. È composto da 27 membri e resta in carica 5 anni. Al suo interno sono rappresentati i principali settori dell'economia provinciale attraverso le Associazioni di categoria, le Organizzazioni sindacali e le Associazioni di tutela dei consumatori.

Il Consiglio camerale		
Componenti	Ente di provenienza	Settore
Alessandro Candido	UPA	Agricoltura
Angelo Candita	CIA	
Luigi D'Amico	CIA	
Arellio Donato Fusco	UPA	
Salvatore Ripa	Coldiretti	
Luigi Ricci	Coldiretti	
Stefano L'Abbate	Assindustria	Industria
Antonio Bozzetti	Assindustria	
Nicola Carparelli	Assindustria	
Caterina D'Amico	Nuova Associazione Piccole Industrie	
Giovanni Brigante (Presidente)	CNA	Artigianato
Cosimo Convertino	CNA	
Angelo Contessa	CNA	
Teodoro Malcarne	Confcommercio	Commercio
Arturo La Palma	Confcommercio	
Leonardo Arnese	Confcommercio	
Antonio D'Amore	Confesercenti	
Marco Pagano	Confcooperative	Cooperazione
Raffaele Avantario	Confcommercio	Turismo
Alfredo Malcarne (Vice presidente)	Confcommercio	
Vito Iaia	CNA	Trasporti
Domenico Amenta	ABI	Credito
Serafino De Leva	Confcommercio	Servizi alle imprese
Francesco Nacci	CNA	
Giampiero Pennetta	Confcommercio	
Antonio Licchello	UIL	Sindacati
Giovanni Caputo	Lega Consumatori ACLI	Consumatori

## Provenienza dei componenti del Consiglio camerale



La *Giunta* è l'organo esecutivo. È composta dal Presidente e da 9 componenti, di cui almeno 4 in rappresentanza dell'industria, del commercio, dell'artigianato e dell'agricoltura.

Il *Presidente* assicura l'unitarietà dell'indirizzo politico-amministrativo dell'Ente. È eletto dal Consiglio al suo interno ed è il legale rappresentante della Camera.

La Giunta camerale	
Presidente	Giovanni Brigante*
Vice-Presidente	Alfredo Malcarne
Componenti	Angelo Candita
	Arellio Donato Fusco
	Luigi Ricci
	Stefano L'Abbate
	Angelo Contessa
	Arturo La Palma
	Marco Pagano
	Raffaele Avantario

\* È stato eletto Presidente il 22 settembre 2006 a seguito delle dimissioni del precedente Presidente, Salvatore Tomaselli, per incompatibilità con l'elezione a Onorevole.

Il *Collegio dei Revisori dei Conti* vigila sulla regolarità finanziaria e contabile della gestione, attesta la corrispondenza del bilancio preventivo e del conto consuntivo alle risultanze della gestione, redige la relazione accompagnatoria al bilancio preventivo, collabora con il Consiglio nella funzione di controllo e indirizzo. Rimane in carica 4 anni ed è costituito da un Presidente, due componenti effettivi e due supplenti.

Il *Nucleo di controllo* e valutazione strategica verifica il raggiungimento degli obiettivi e la congruenza tra gli obiettivi fissati dagli organi amministrativi e le scelte operative della gestione. È composto da tre membri esterni ed è nominato dalla Giunta.

Il Collegio dei Revisori dei Conti	
Presidente	Francesco Tricarico
Componenti effettivi	Livia Antonucci
	Angelo Di Punzio
Componenti supplenti	Cosimo Piliago
	Crocifisso Baldari
Il Nucleo di controllo	
Presidente	Claudio Carrà
Componenti	Antonio Dell'Atti
	Alessandro Garganese

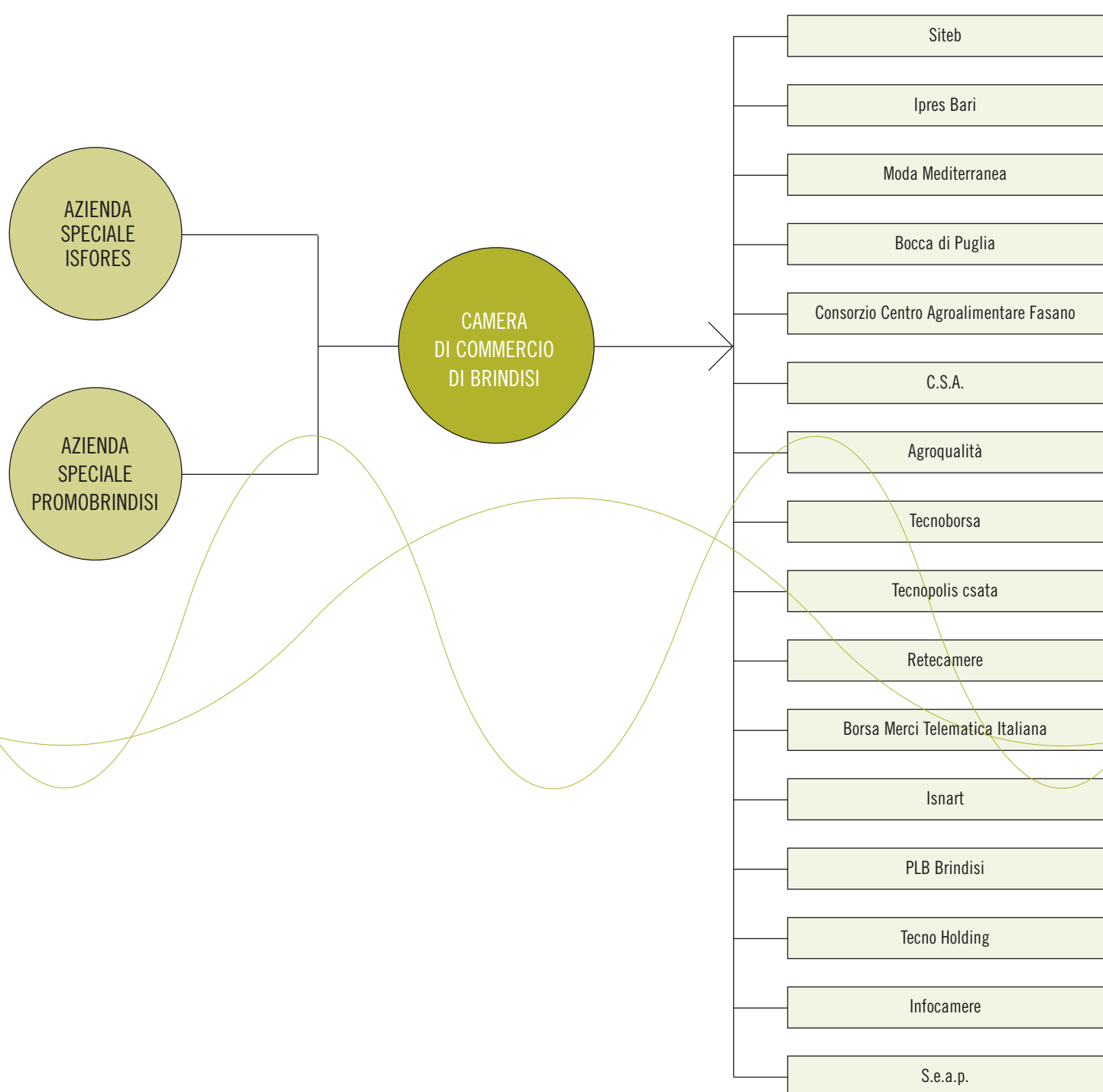
Il *Segretario Generale*, pur non essendo un organo statutario, riveste un ruolo di particolare rilievo all'interno della struttura camerale. È a capo dell'Ente, coordina l'attività dei dirigenti, definisce con questi gli obiettivi da perseguire per l'applicazione delle linee strategiche elaborate dal Consiglio e dalla Giunta. L'attuale Segretario Generale della Camera di Commercio di Brindisi è il Dr. Eupremio Carrozzo.

Attività degli organi statuari e della dirigenza			
	2004	2005	2006
Delibere del Consiglio	27	17	20
Delibere della Giunta	182	171	125
Determinazioni del Presidente	1	3	7
Determinazioni d'urgenza	20	8	10
Determinazioni dirigenziali	314	544	767

### IL SISTEMA DELLA CAMERA DI COMMERCIO

Il Sistema-Camera di Brindisi è composto dalla sede centrale, da due Aziende speciali e da numerose partecipazioni: si configura quindi come una rete, all'interno della più vasta rete camerale. Le due Aziende speciali, Isfores e Promobrindisi, sono il braccio operativo della Camera per alcuni progetti e iniziative di promozione del sistema socioeconomico. Essendo regolate dalle norme del diritto privato, queste possono erogare specifici servizi con maggiore flessibilità e snellezza gestionale. Per il perseguimento delle proprie strategie e obiettivi, la Camera si avvale anche di partecipazioni in società ed enti: le strutture nazionali e regionali del Sistema camerale e altri organismi operativi a livello locale.

#### La macro-organizzazione della Camera di Commercio di Brindisi



## L'Azienda speciale ISFORES – Istituto Superiore per la formazione, la ricerca e studi “Giuseppe Orlando”

Favorisce la crescita occupazionale e lo sviluppo delle imprese attraverso la formazione, la riqualificazione e la specializzazione di profili professionali innovativi. In particolare, promuove:

- > la partecipazione ai programmi di iniziativa comunitaria rivolti a giovani diplomati e laureati interessati ad approfondire le tematiche specialistiche per accedere più agevolmente alle opportunità del mondo lavorativo;
- > iniziative di formazione e sviluppo di nuova imprenditorialità;
- > la realizzazione di studi, ricerche e indagini sulla realtà produttiva ed economica locale, anche per rilevare i fabbisogni formativi specifici;
- > la collaborazione con le istituzioni scolastiche per la realizzazione di percorsi didattici e per l'attività di orientamento professionale;
- > iniziative di promozione delle attività turistiche e dell'ospitalità, nonché la valorizzazione delle produzioni tipiche del settore agroalimentare.

## L'Azienda speciale Promobrindisi

Promuove il potenziamento e la competitività del sistema imprenditoriale attraverso:

- > l'erogazione di servizi reali, di assistenza tecnica e di consulenza alle varie funzioni aziendali;
- > la promozione di iniziative per lo sviluppo di partnership fra imprese locali e imprese nazionali per lo sviluppo dell'internazionalizzazione;
- > lo sviluppo di nuova imprenditorialità finalizzata alla valutazione di progetti di investimento;
- > la progettazione, realizzazione e gestione di eventi e strutture per la promozione commerciale delle produzioni locali;
- > l'elaborazione di progetti per la partecipazione a bandi nazionali e comunitari.

## Il Consiglio di Amministrazione dell'Azienda speciale ISFORES

Presidente	Teodoro Malcarne
Componenti	Leonardo Arnese
	Salvatore Ripa
	Angelo Guarini
	Giovanni Brigante
	Serafino De Leva
	Paolo Leccisi



Il Consiglio di Amministrazione dell'Azienda speciale Promobrindisi	
Presidente	Cosimo Convertino
Componenti	Giuseppe Gorgoni
	Caterina D'Amico
	Emanuele Sternativo
	Raffaele Spada
	Antonio Ignone
	Luigi D'Amico

Partecipazioni in società del sistema locale*				
Società	Capitale sociale al 31/12/2006 (euro)	Patrimonio netto al 31/12/2006 (euro)	Valore netto di bilancio (euro)	Quota % CCIAA
C.S.A.	816.020,00	642.011,00	4.815,08	0,75
Siteb srl Brindisi	100.000,00	94.929,00	52.210,95	55,00
Ipres Bari	17.663,00	659.925,00	19.269,81	2,92
PLB Brindisi	56.082,88	56.401,00	36,10	0,064
Consorzio Centro Agroalimentare Fasano	2.619.712,00	2.153.978,00	18.222,65	0,846
Seap s.p.a.	7.750.000,00	11.534.038,00	461,36	0,004
Bocca di Puglia	1.458.919,30	1.207.855,00	16.668,40	1,38
Moda Mediterranea	356.000,00	277.215,00	3.881,01	1,4
Tecnopolis csata	3.879.183,00	2.775.223,00	7.215,58	0,26

\* La Camera detiene una partecipazione anche in I.G. Students, che al 31/12/2006 era in fase di liquidazione. I valori riportati in relazione alla partecipazione nel capitale della Siteb srl fanno riferimento all'anno 2002.

Partecipazioni in agenzie del Sistema camerale				
Società	Capitale sociale al 31/12/2005 (euro)	Patrimonio netto al 31/12/2005 (euro)	Valore netto di bilancio (euro)	Quota % CCIAA
ISNART spa Roma	951.000,00	876.031,00	867,27	0,099
Tecno Holding Roma	15.297.139,00	125.823.888,00	76.752,57	0,061
Infocamere Roma	17.670.000,00	52.144.838,00	21.846,08	0,042
Retecamere	900.000,00	1.497.529,00	3.028,00	0,202
Agroqualità	999.999,84	897.295,00	4.127,56	0,46
Tecnoborsa*	814.620,00	786.647,00	2.517,27	0,32
Borsa Merci Telematica Italiana*	1.265.768,00	316.699,00	380,04	0,12

\* Per le partecipazioni già possedute nelle quali è intervenuta una variazione (aumento del capitale) è stato utilizzato il criterio di valutazione del valore determinato al 31/12/2005 secondo il metodo del patrimonio netto incrementato del valore nominale della partecipazione acquisita nell'anno.

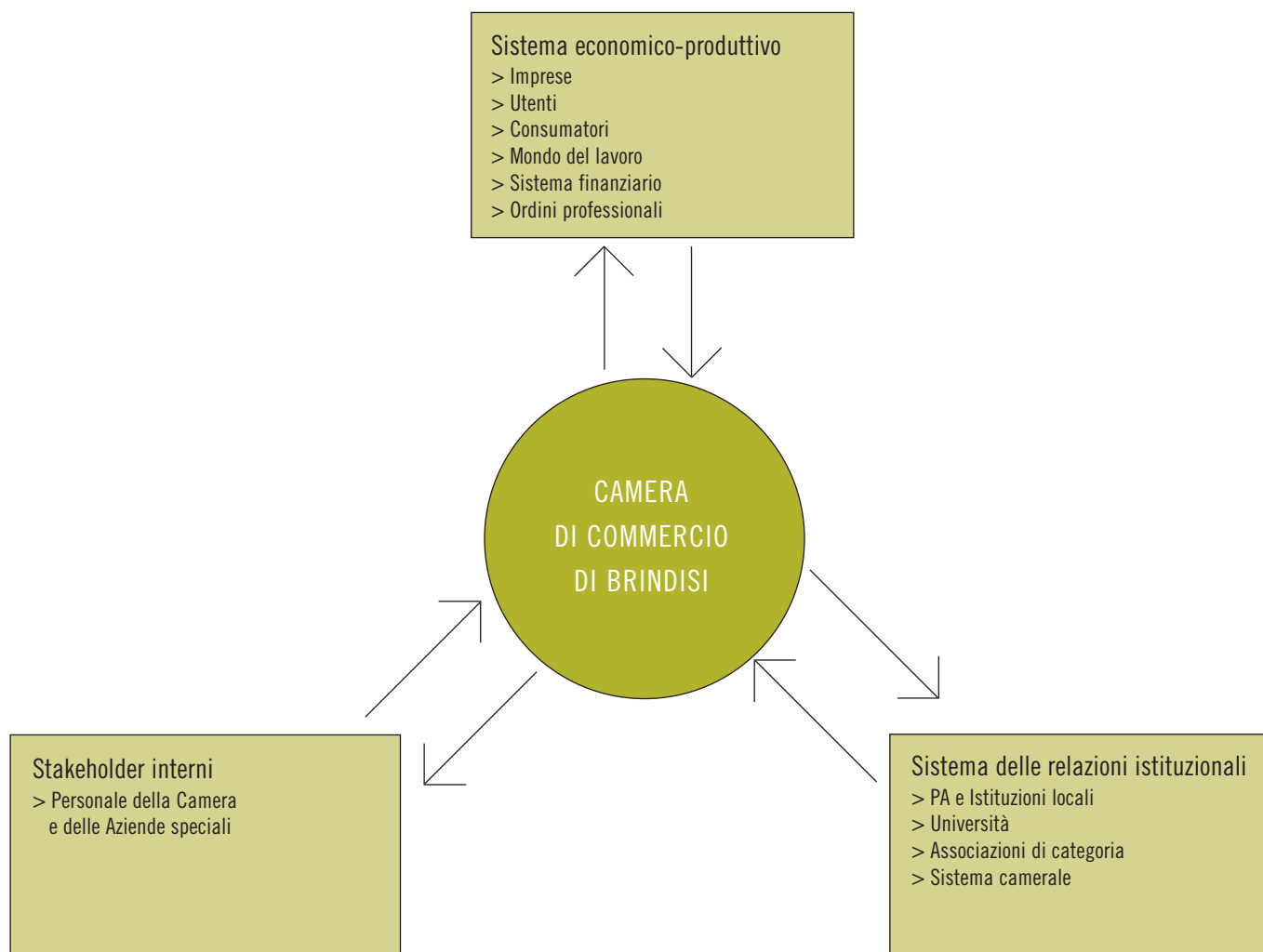


## L'IDENTIFICAZIONE DEGLI STAKEHOLDER

Gli stakeholder, o portatori di interesse, sono tutti i soggetti che entrano in relazione con la Camera di Commercio, perché beneficino della sua attività o perché ne influenzano l'azione. Il Bilancio sociale risponde all'esigenza di dare conto delle ricadute che l'Ente, con le sue politiche e attività, ha generato a favore delle diverse categorie di stakeholder. L'identificazione degli interlocutori "chiave" costituisce dunque una fase fondamentale del processo di rendicontazione sociale, in quanto permette di redigere un documento che sia rispondente alle richieste da essi avanzate.

Il Gruppo di lavoro interno coinvolto nella realizzazione del Bilancio sociale della Camera di Commercio di Brindisi ha identificato in modo puntuale gli interlocutori sociali e li ha raggruppati in tre categorie omogenee. Il *sistema economico-produttivo* comprende i principali destinatari delle attività, di natura sia istituzionale sia promozionale, realizzate dall'Ente. Il *sistema delle relazioni istituzionali* è composto dal Sistema camerale e da soggetti pubblici e privati del territorio, con i quali l'Ente realizza iniziative congiunte finalizzate a sostenere lo sviluppo e la competitività del tessuto economico locale. Le risorse umane dell'Ente e delle Aziende speciali compongono la categoria degli *stakeholder interni*, in quanto beneficino delle politiche del personale attivate dalla Camera.

Gli stakeholder della Camera di Commercio di Brindisi



## SISTEMA ECONOMICO-PRODUTTIVO: I SERVIZI AMMINISTRATIVI

La Camera di Commercio di Brindisi ha preso parte al processo di modernizzazione che negli ultimi anni ha interessato le Pubbliche Amministrazioni e che ha orientato l'erogazione dei servizi amministrativi all'efficienza e alla semplificazione delle procedure. Grazie alla telematizzazione, l'Ente offre all'utenza un accesso multicanale ai propri servizi, dove le modalità più innovative si affiancano a quella tradizionale in forma cartacea, generando un significativo risparmio di costi e di tempi per l'espletamento delle procedure. Nel 2006 la novità più importante ha riguardato la soppressione di alcuni Registri e Commissioni e la liberalizzazione della panificazione.

### La tenuta di Registri, Albi e Ruoli

L'attività per la quale la Camera di Commercio è comunemente riconosciuta riguarda la tenuta del **Registro delle Imprese**, istituito con la legge n. 580/93. Il Registro assolve a una funzione di "anagrafe", poiché vi sono iscritte tutte le imprese che hanno la sede o unità locali ubicate nel territorio della Provincia. Costituisce un sistema organico di pubblicità e informazione, in quanto raccoglie i principali dati della vita aziendale, dalla nascita alla cessazione dell'impresa. È composto da una sezione *ordinaria*, che attribuisce alle iscrizioni efficacia costitutiva, e da una sezione *speciale*, che raccoglie i dati anagrafici di imprese appartenenti a particolari categorie (piccola impresa, impresa agricola, impresa artigiana e società semplice) con funzioni di pubblicità notizia.

L'Ufficio del Registro delle Imprese provvede alle seguenti funzioni:

- > il ricevimento degli atti e dei documenti soggetti al deposito, all'iscrizione e all'annotazione;
- > il rilascio di visure, certificati, elenchi di imprese;
- > il rilascio di copia degli atti e dei bilanci depositati o iscritti nel Registro;
- > la bollatura e la numerazione dei libri e delle scritture contabili.

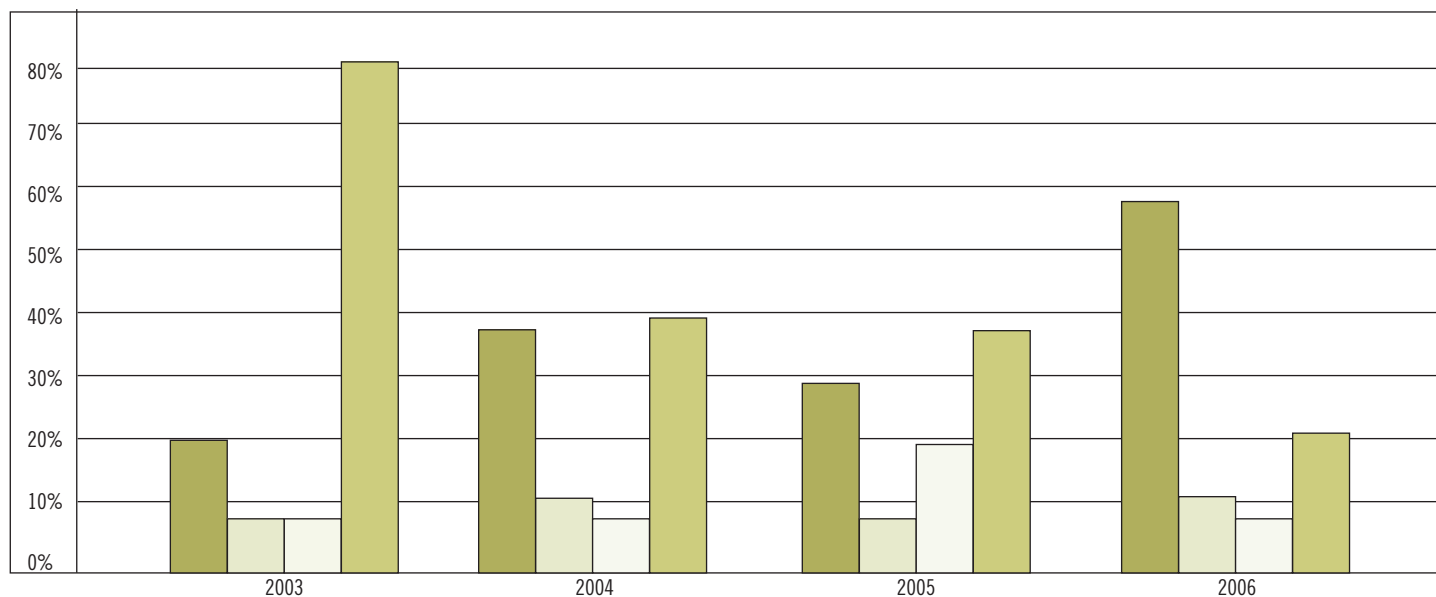
Al Registro delle Imprese è collegato il *Repertorio economico amministrativo* (REA), in cui vengono raccolti dati ulteriori rispetto a quelli richiesti per l'iscrizione nel Registro delle Imprese e informazioni relative ai soggetti che esercitano un'attività economica non in via principale.





Nel 2006 è stato espletato nei tempi quasi il 60% delle pratiche, il doppio rispetto all'anno precedente. La maggiore tempestività delle istruttorie ha portato notevoli vantaggi all'utenza e ha contribuito a migliorare l'immagine della Camera, ristabilendo il rapporto di fiducia da parte di coloro che usufruiscono dei servizi. Il raggiungimento di più elevati livelli di efficienza è stato determinato soprattutto dalla razionalizzazione dei procedimenti amministrativi, per cui a ciascun addetto viene affidata la responsabilità di tutte le fasi relative alla singola pratica telematica. A tali risultati hanno contribuito anche l'informazione guidata per la correzione delle pratiche, che è stata di volta in volta fornita all'utenza dal personale interno e dal call center, e dall'adozione del programma per lo smistamento telematico delle pratiche, che attribuisce automaticamente le domande al personale incaricato.

Principali indicatori riguardanti il Registro delle Imprese		
	2005	2006
Iscrizioni	3.539	1.905
Cessazioni	1.984	1.806
Totale imprese registrate	35.786	38.071
Visure presso lo Sportello	6.194	6.466
Certificati presso lo Sportello	7.597	7.050
N. vidimazioni libri contabili	1.373	1.420

Tempi di evasione delle pratiche del Registro delle Imprese					
	N. pratiche	Evase entro i termini	Ritardo 1-5 giorni	Ritardo 6-10 giorni	Ritardo > 10 giorni
2005	9.864	31,1%	8,4%	21,0%	39,5%
2006	11.663	57,9%	10,8%	6,4%	24,3%

Andamento dei tempi di evasione delle pratiche al Registro delle Imprese



	Evase entro i termini
	Ritardo 1-5 giorni
	Ritardo 6-10 giorni
	Ritardo >10 giorni

All'**Albo delle Imprese Artigiane**, istituito con la legge quadro n. 443/85, sono tenute ad iscriversi tutte le imprese che rientrano nella definizione di "impresa artigiana". Gli elementi caratteristici di questa tipologia d'impresa sono:

- > la prevalenza del lavoro del titolare e dei suoi familiari rispetto a quello degli altri collaboratori;
- > la produzione di beni o la prestazione di servizi di carattere artistico o tradizionale;
- > il rispetto di particolari limiti dimensionali.

La Commissione Provinciale per l'Artigianato è incaricata di accertare la presenza di tali requisiti e di provvedere all'iscrizione delle imprese nell'Albo. L'iscrizione è necessaria anche per accedere ai contributi previsti per il settore.

Principali indicatori riguardanti l'Albo delle Imprese Artigiane		
	2005	2006
Iscrizioni	250	641
Cessazioni	782	540
Totale soggetti registrati	7.213	7.316

La Camera di Commercio cura la tenuta anche di alcuni Registri e Ruoli che raccolgono i nominativi dei soggetti abilitati a esercitare determinate attività o professioni. Nel 2006, a seguito dell'entrata in vigore del Decreto Bersani, sono intervenute importanti modifiche orientate a una maggiore liberalizzazione delle attività commerciali e di somministrazione di alimenti e bevande.

Il **Registro Esercenti il Commercio (REC)** raccoglie i nominativi di coloro che svolgono attività di somministrazione al pubblico di bevande e alimenti e la gestione di attività ricettive. Con il Decreto Bersani il Registro è stato soppresso.

Al **Ruolo degli Agenti e Rappresentanti di Commercio** sono iscritti i soggetti che intendono promuovere o concludere contratti in nome e per conto di imprese. Sono legati alle ditte mandanti da contratto di agenzia, il quale prevede la zona in cui possono operare. L'iscrizione è obbligatoria ed è valida su tutto il territorio nazionale. L'iscrizione deve essere effettuata prima di essere incaricati.

Il **Ruolo degli Agenti di Affari in Mediazione** riguarda coloro che mettono in relazione due o più parti per la conclusione di un affare, senza essere legati ad alcuna di esse da rapporti di collaborazione, dipendenza o rappresentanza.

Nel **Ruolo dei Conducenti di Veicoli adibiti ad autoservizi pubblici non di linea** sono iscritti i soggetti che intendono esercitare l'attività di autonoleggio con conducente, i tassisti, i conducenti di veicoli a trazione animale e i conducenti di natanti. L'iscrizione è effettuata dalla Camera di Commercio che accerta la sussistenza dei requisiti, dopo che la Commissione esaminatrice, nominata dalla Provincia ma operante nella Camera di Commercio, accerta l'idoneità.

Nel **Ruolo dei Pesatori e Stimatori pubblici** sono iscritti i soggetti che intendono esercitare l'attività di pesatura e stima di prodotti agricoli ed animali.

Il **Ruolo dei Periti ed Esperti** include coloro che effettuano perizie in vari settori merceologici e ha una finalità documentativa e di evidenza pubblica. L'iscrizione non è obbligatoria, ma serve a far conoscere il proprio nominativo a quanti sono interessati ad avvalersi di queste professionalità.

Per diffondere la conoscenza delle novità introdotte dalle recenti disposizioni legislative, la Camera ha sostenuto la realizzazione dei due convegni "Liberalizzazioni, rischi e opportunità del Decreto Bersani", organizzato dalla Confesercenti di Brindisi e "Riforma del diritto societario fallimentare e del contenzioso tributario. Principi contabili nazionali e internazionali – esperienze a confronto", organizzato dall'Ordine dei Dottori Commercialisti di Brindisi.

L'Ente ha sottoposto il Ruolo degli Agenti e Rappresentanti e il Ruolo degli Agenti di Affari in Mediazione alla revisione periodica (prevista rispettivamente ogni 5 e ogni 4 anni) con una finalità di trasparenza e di tutela dei consumatori.

#### Le modifiche introdotte dal Decreto Bersani nel 2006

Il Decreto Bersani ha introdotto nuove norme per salvaguardare la libera concorrenza tra le imprese e il corretto funzionamento del mercato, e per garantire ai consumatori finali un livello minimo e uniforme di acquisto dei prodotti e dei servizi sul territorio nazionale. In particolare il Decreto ha previsto alcune semplificazioni: per l'attività commerciale e di somministrazione di alimenti e bevande ha abolito l'iscrizione ai registri abilitanti; per il commercio non richiede nemmeno il possesso dei requisiti professionali.

Ne deriva la soppressione di:

- > il Registro degli Esercenti il Commercio (REC) e dell'esame per l'iscrizione al REC;
- > le Commissioni di iscrizione al Ruolo degli Agenti e Rappresentanti e al Ruolo degli Agenti di Affari in Mediazione;
- > alcuni limiti e vincoli relativi alle attività di somministrazione, quali la distanza tra gli esercizi, l'assortimento delle merci, l'effettuazione delle vendite promozionali.

Ha liberalizzato anche il settore della panificazione, stabilendo che per l'impianto di un nuovo panificio e per il trasferimento e la trasformazione di quelli esistenti non è più richiesto il rilascio della licenza della Camera di Commercio, ma è sufficiente presentare la dichiarazione di inizio attività al Comune competente per territorio. La Camera non è più tenuta nemmeno ad effettuare i sopralluoghi nei panifici e a rilasciare le licenze di panificazione. È infatti sufficiente l'iscrizione nel Registro delle Imprese dei nuovi panifici, delle modifiche sottoposte a iscrizione e delle cancellazioni per cessazione dell'attività.

Principali indicatori riguardanti gli altri Registri e Ruoli			
		2005	2006
REC	Iscrizioni	225	146
	Modifiche e cancellazioni	15	10
Ruolo degli Agenti e Rappresentanti	Iscrizioni	95	82
	Consistenza iscritti	1.985	1.836
Ruolo degli Agenti di Affari in Mediazione	Domande d'esame	27	102
	Iscrizioni	22	53
	Consistenza iscritti	318	299
Ruolo dei Conducenti non di linea (taxi)	Iscrizioni	6	14
	Consistenza iscritti	127	140
Ruolo dei Periti ed Esperti	Iscrizioni	6	0
	Consistenza iscritti	110	77

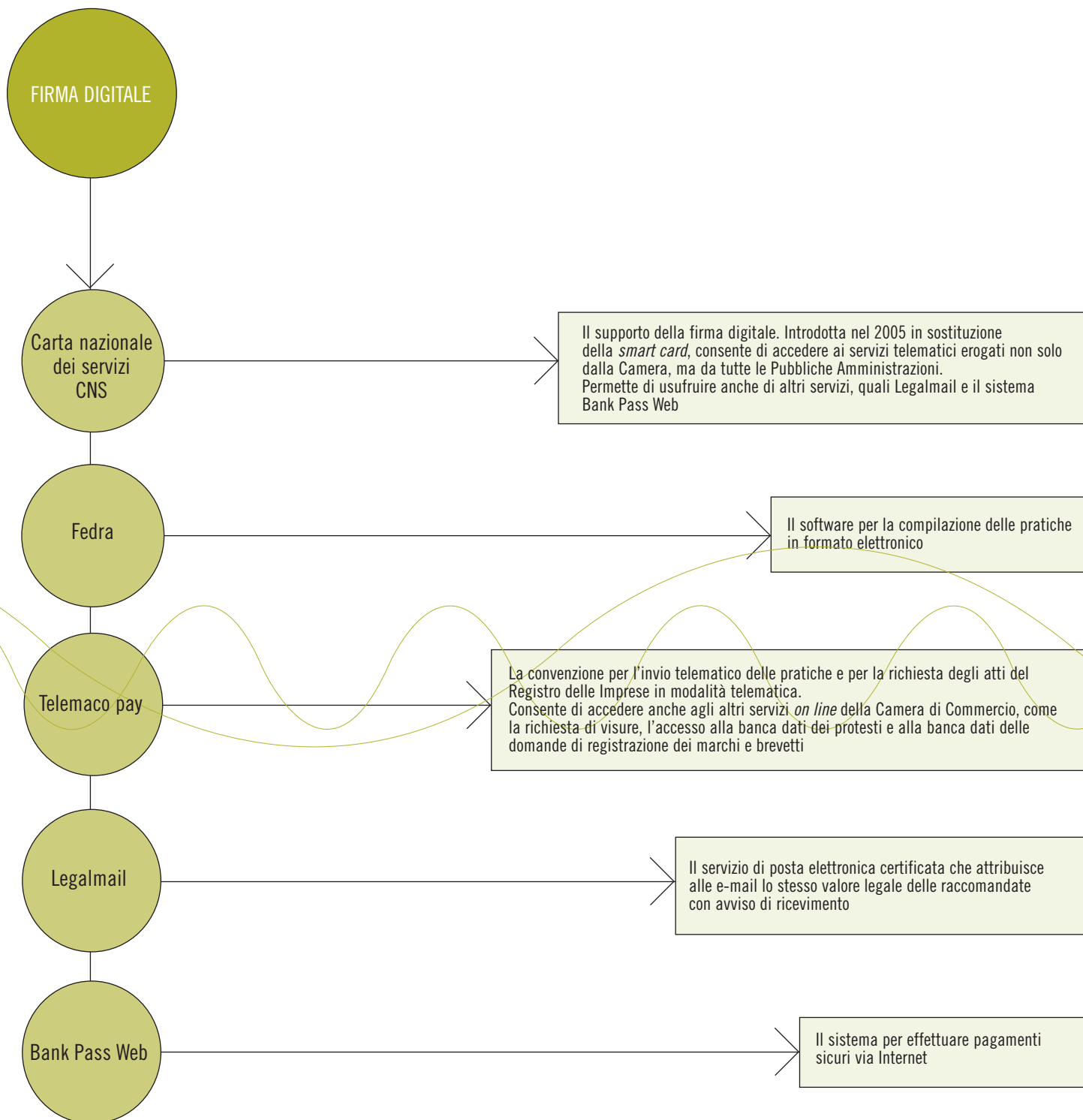
### La telematizzazione dei servizi

Uno dei principali fattori di ritardo nello sviluppo del sistema imprenditoriale italiano è rappresentato dagli oneri a carico delle imprese, specialmente di quelle di piccole e medie dimensioni. Per far fronte a questo ostacolo, negli ultimi anni la Camera ha introdotto la telematizzazione come modalità privilegiata di accesso ai servizi amministrativi, in quanto contribuisce ad accrescere la qualità e la tempestività dei servizi, a ridurre i costi e a semplificare le procedure. Il Registro delle Imprese è il primo pubblico registro italiano gestito completamente secondo questa modalità.

La telematizzazione si incentra sulla **firma digitale**, che conferisce ai documenti informatici piena validità legale, in quanto ne attesta con certezza l'integrità, l'autenticità e la non ripudiabilità da parte del sottoscrittore. Tutto questo si traduce in una maggiore velocità dei processi e nella riduzione dei costi e dei rischi di mancata ricezione. Si tratta di un sistema in costante sviluppo, come dimostra l'introduzione di sempre nuovi strumenti e prodotti, come la *Carta Nazionale dei Servizi*, che estende l'accesso ai servizi *on line* di tutte le Pubbliche Amministrazioni, *Legalmail* e il sistema *Bank Pass Web*.

Anche le imprese brindisine si stanno progressivamente avvicinando a questi strumenti: nel 2006 i due terzi delle pratiche al Registro delle Imprese e all'Albo delle Imprese Artigiane sono state presentate per via informatica o telematica e solo in un terzo dei casi la trasmissione è stata manuale. Per diffondere ulteriormente il servizio, l'Ente ha organizzato il corso di formazione *Copernico Fedra Plus* sull'utilizzo della firma digitale e degli altri strumenti collegati e ha reso operativo un servizio di call-center per il rilascio di informazioni.

Strumenti e principali prodotti della telematizzazione dei servizi



Numero di smart card e CNS emesse					
ANNO	N. smart card e CNS emesse nell'esercizio	smart card e CNS emesse su 1.000 imprese attive nell'esercizio	Tot. smart card e CNS emesse	Tot. smart card e CNS emesse su 1.000 imprese attive	
2005	826	24,3	6.492	191,3	
2006	586	17,3	7.078	209,2	

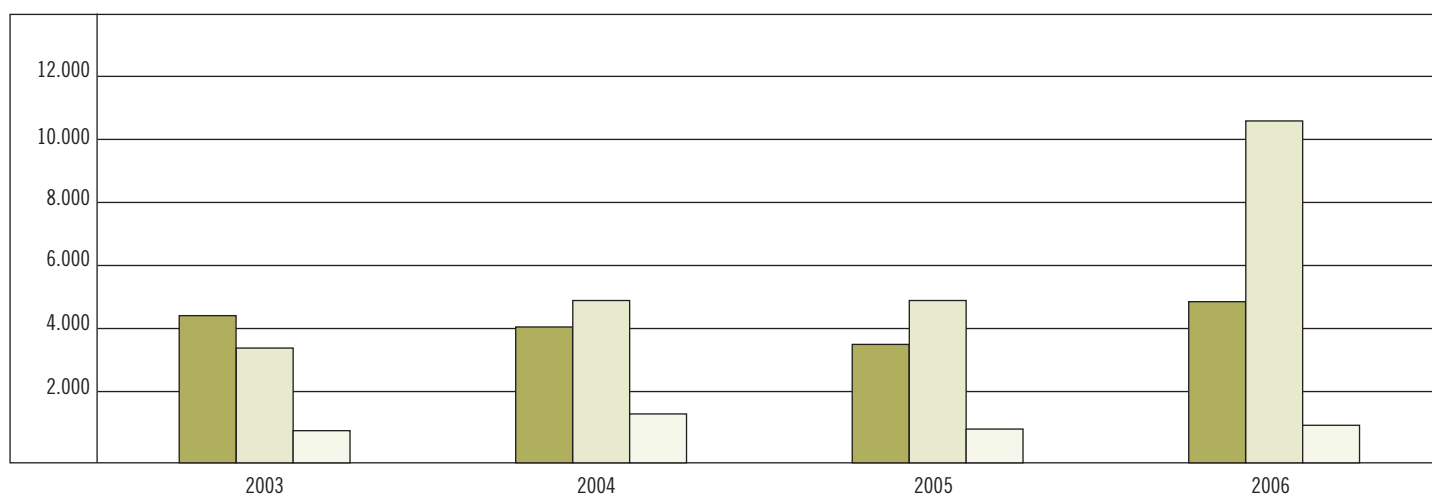


Numero di convenzioni Telemaco e di mandati di incarico alla distribuzione sottoscritti		
	2005	2006
Mandati di incarico alla distribuzione sottoscritti da professionisti	24	17
Convenzioni Telemaco sottoscritte con studi commerciali e Associazioni di categoria	42	30
Convenzioni totali Telemaco sottoscritte	81	65

Registro delle Imprese e Albo Imprese Artigiane: pratiche per modalità di presentazione								
	Manuale		Informatica*		Altre Modalità		TOTALE	
ANNO	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
2005	3.760	38,1	4.967	50,4	1.137	11,5	9.864	100
2006	4.954	29,5	10.624	63,2	1.220	7,3	16.798	100

(\*) Per "informatica" si intende l'invio delle pratiche sia telematicamente sia su supporto informatico.

Andamento delle pratiche per modalità di presentazione al Registro delle Imprese e all'Albo Imprese Artigiane



	Manuale
	Informatica
	Altre modalità

### Funzioni amministrative in materia ambientale

La Camera provvede alla ricezione del Modello unico di dichiarazione ambientale (MUD), attraverso il quale le imprese assolvono a tutti gli obblighi di dichiarazione, comunicazione, denuncia e notificazione in materia ambientale. Sono tenute a presentare il MUD le imprese che producono, trasportano, smaltiscono o gestiscono i rifiuti, nonché quelle che immettono sul mercato o riutilizzano gli imballaggi. La modalità più frequente di presentazione del MUD alla Camera di Commercio è quella informatica e telematica.

MUD, statistiche invio dichiarazione ambientale				
	2005		2006	
Modalità di presentazione	N.	%	N.	%
Cartacea	290	13,7	118	5,64
> di cui semplificate	n.d.	n.d.	139	6,65
Informatica	1.820	86,3	1.796	86,0
> di cui telematico	16	0,8	36	1,71
<b>TOTALE</b>	<b>2.110</b>	<b>100,0</b>	<b>2.089</b>	<b>100,0</b>

### Attività certificativa per il commercio con l'estero

La Camera di Commercio, oltre a svolgere un'attività di sostegno all'internazionalizzazione delle imprese nell'ambito delle iniziative di promozione economica, provvede al rilascio di atti e certificati in materia di commercio con l'estero:

- > il certificato di origine, che attesta la provenienza della merce esportata;
- > i visti di legalizzazione firma, che attestano la conformità della firma apposta dal rappresentante legale su un documento;
- > i visti su fatture, che attestano l'originalità e l'ufficialità della fattura che accompagna la merce diretta all'estero;
- > il Carnet ATA, che consente l'esportazione temporanea delle merci per fiere, mostre, esposizione di campioni commerciali o il transito delle merci dirette verso Paesi non comunitari aderenti alla Convenzione internazionale ATA senza il pagamento di dazi;
- > il Codice meccanografico, un codice identificativo rilasciato per conto del Ministero delle Attività Produttive agli imprenditori che operano abitualmente con l'estero.

Commercio estero, pratiche e certificati rilasciati		
	2005	2006
Certificato d'origine	270	305
Certificati di libera vendita	3	1
Visti di legalizzazione firma	16	10
Visti su fatture	124	108
Altri visti diversi	1	15
Carnet ATA (+ Carnet CDP Taiwan)	1	1
Rilascio codici meccanografici	7	7
Marchio INE	3	-
<b>TOTALE ATTI E CERTIFICATI</b>	<b>425</b>	<b>447</b>

### Attività amministrativa per il settore viti-vinicolo

In materia di agricoltura, l'Ente cura la tenuta dell'*Albo vigneti DOC* e dell'*Elenco delle vigne a IGT*, nei quali devono essere iscritti i terreni destinati alla produzione rispettivamente delle uve atte a divenire vini a DOC e vini a IGT. L'istanza di iscrizione presentata dagli interessati è il presupposto per l'attivazione dei controlli sul campo, svolti da tecnici agronomi incaricati e tesi alla verifica della rispondenza dei vigneti alle caratteristiche previste dai rispettivi disciplinari di produzione, nonché alla verifica della rispondenza delle caratteristiche colturali, ampelografiche e catastali riscontrate, con quelle risultanti nello schedario viticolo.

Sulle produzioni di uve atte a divenire VQPRD (vino di qualità prodotto in regioni determinate), l'Ente provvede alla verifica delle denunce di produzione presentate dai conduttori dei vigneti iscritti nell'*Albo dei vigneti a DOC* e nell'*Elenco delle vigne ad IGT* per quanto attiene il rispetto delle rese uva/Ha, e una volta effettuato tale accertamento, rilascia un'apposita ricevuta. Sui vini DOC viene effettuato un controllo anche qualitativo, che si articola nell'analisi chimico-fisica effettuata da laboratori autorizzati e nell'esame organolettico sui campioni di vino realizzata dalla Commissione di degustazione. La Camera svolge l'attività di segreteria della Commissione, verifica che i quantitativi di vino di cui si richiede la campionatura derivino da uve accompagnate da ricevute regolarmente rilasciate, cura la tenuta degli *Elenchi dei tecnici e degli esperti degustatori dei vini a DOC*, abilitati a essere nominati nelle Commissioni. L'Ente cura infine la tenuta dell'*Albo degli Imbottiglieri di vini a DOC ed IGT*, cui hanno l'obbligo di iscriversi le imprese che intendono imbottigliare VQPRD.

#### I vini DOC e IGT della Provincia di Brindisi

**Vini DOC:** Locorotondo, Martina, Bianco Ostuni e Ottavianello, Brindisi, Squinzano, Salice Salentino, Primitivo di Manduria, Aleatico di Puglia.

**Vini IGT:** Salento, Valle d'Itria, Puglia.

Principali indicatori riguardanti le funzioni amministrative per il settore viti-vinicolo		2005	2006
Albo vigneti e vini DOC	Iscrizioni	187	185
	Consistenza iscritti	1.098	1.283
	Ricevute uve DOC	631	785
Elenco vigne e vini IGT	Ettari di terreno (ettari, are, centiare)	278.16.05	3279.15.22
Elenchi dei tecnici ed esperti degustatori DOC	Iscrizioni	1	2
	Consistenza iscritti	18	20
Commissioni degustazione vini DOC	Riunioni effettuate	22	21
	Campioni degustati	108	123
Albo degli imbottiglieri DOC	Iscrizioni	5	5
	Consistenza iscritti	37	42

## SISTEMA ECONOMICO-PRODUTTIVO: LA REGOLAZIONE DEL MERCATO

La legge n. 580/93, attribuendo alla Camera di Commercio le funzioni in materia di regolazione del mercato, ha inteso accrescere il ruolo di soggetto territoriale incaricato di garantire il corretto funzionamento del mercato e di tutelare gli interessi degli operatori economici e dei consumatori. Attraverso i servizi di regolazione del mercato, l'Ente favorisce l'equità, la trasparenza e la correttezza dei rapporti commerciali, si pone come luogo di incontro e di mediazione tra le esigenze dei diversi soggetti che operano sul mercato e agevola la risoluzione delle controversie commerciali.

**Conciliazione**

La **conciliazione** è uno strumento alternativo alla giustizia ordinaria per la risoluzione delle controversie che possono insorgere fra le imprese o fra queste e i consumatori. Le parti in lite si avvalgono di un terzo neutrale e imparziale (conciliatore) che facilita la fase di negoziazione, ricercando una mediazione e una risoluzione della controversia insorta. La conciliazione consente una notevole riduzione dei tempi e dei costi rispetto alla giustizia ordinaria e salvaguarda il mantenimento delle relazioni economiche tra le parti. Nel 2006 è proseguita la partecipazione della Camera ai progetti proposti e coordinati dal Sistema camerale, nazionale e regionale, per costituire un sistema di rete a livello nazionale, basato su regole condivise e in grado di offrire servizi omogenei, e per dare alla conciliazione maggiore diffusione sul territorio tramite la realizzazione di una campagna informativa. È proseguita anche l'attività di promozione tesa a sensibilizzare i consumatori e le imprese sui vantaggi della conciliazione. L'Ente ha infine preso parte alle attività per l'istituzione della Camera Arbitrale Nazionale e Internazionale, al fine di diffondere la conoscenza e l'utilizzo anche di questo strumento di giustizia alternativa.

Indicatori riguardanti lo sportello di conciliazione		
	2005	2006
Procedure attivate	17	50
> di cui tra imprese	4	9
> di cui tra imprese e consumatori	13	41
Procedure concluse*	23	44
Procedure concluse/avviate	64,7%	88,0%
Valore medio controversie tra imprese (euro)	13.600	28.000
Valore medio controversie tra imprese e consumatori (euro)	2.500	1.790
Iscritti all'Elenco conciliatori	21	21

\* In un anno possono essere concluse procedure avviate negli anni precedenti.

**Pubblicazione dei protesti cambiari e dei listini prezzi**

La Camera di Commercio aggiorna e pubblica mensilmente l'**elenco dei protesti** levati dai pubblici ufficiali competenti per il mancato pagamento di cambiali, vaglia cambiari o assegni. L'elenco confluisce poi nel *Registro dei protesti* nazionale, alimentato da tutte le Camere di Commercio, che consente di conoscere i nominativi dei soggetti protestati sull'intero territorio italiano. Attraverso questo servizio, l'Ente assicura certezza e trasparenza a coloro che sono interessati a verificare la situazione dei propri potenziali interlocutori d'affari. La Camera di Brindisi rileva con cadenza quindicinale l'andamento dei prezzi dei prodotti petroliferi e pubblica il relativo **listino**. Si occupa inoltre di apporre i visti di congruità sui listini dei prezzi delle imprese, al fine di attestare la corrispondenza fra i prezzi di mercato e quelli esposti su fatture, preventivi e offerte.

Indicatori riguardanti il Registro dei Protesti	2005	2006
Totale protesti	16.410	15.419
> di cui tratte non accettate	674	594
Nominativi cancellati	640	686

Listini dei prezzi curati dalla Camera di Commercio			
Tipo/Titolo listino	Cadenza	Contenuti	Modalità
Prodotti petroliferi	Quindicinale	Prezzi medi del gasolio da riscaldamento, dell'olio combustibile fluido, del gasolio agricolo, del gasolio per autotrazione	Listini cartacei
Deposito listini	Su richiesta delle imprese	Visti di congruità	Apposizione visto

#### Il controllo metrologico e il controllo sui contratti

Il **controllo metrologico** ha l'obiettivo di garantire la leale concorrenza fra le imprese e di tutelare i consumatori e la fede pubblica in merito alla corretta misurazione delle merci oggetto di compra-vendita. La Camera effettua sopralluoghi periodici presso le imprese per verificare il corretto funzionamento degli strumenti di misurazione e la loro armonizzazione con le normative nazionali in materia; concede inoltre il marchio identificativo dei metalli preziosi e gestisce il relativo *Elenco degli assegnatari del marchio*. Dal 2006, infine, rilascia le carte tachigrafiche necessarie per il funzionamento dei cronotachigrafi digitali, gli strumenti per la rilevazione dei tempi e delle modalità di utilizzo dei veicoli adibiti al trasporto su strada di merci e persone, che hanno sostituito quelli analogici.

La **Commissione contratti** verifica la sussistenza di clausole vessatorie nei contratti standard – ossia conclusi su formulari o modelli pre-stampati – tra le imprese e i professionisti da una parte, e i consumatori dall'altra. Le clausole inique sono quelle che determinano un significativo squilibrio negli obblighi del contraente più debole. La Commissione può intervenire su richiesta degli interessati oppure d'ufficio a seguito dell'attivazione di indagini conoscitive. La Commissione si occupa anche di predisporre e di promuovere l'utilizzo presso le imprese e i consumatori dei contratti tipo, strumenti in grado di assicurare la trasparenza e l'equità delle condizioni contrattuali. La Commissione ha predisposto il contratto tipo per l'attività di tintolavanderia.

Attività dell'Ufficio metrico	2005	2006
N. ispezioni con Guardia di Finanza	3	3
Bacino utenti	4.800	4.900
N. sopralluoghi presso il domicilio degli utenti per la verifica periodica degli strumenti metrici	115	115
N. marchi d'identificazione per la punzonatura dei metalli preziosi	1	2
N. carte tachigrafiche rilasciate	-	106

### La registrazione di brevetti e marchi

La Camera di Commercio si occupa della ricezione delle domande di registrazione di **marchi e brevetti**. Si tratta di strumenti finalizzati a tutelare la proprietà industriale delle imprese, che come tali possono contribuire ad accrescere la competitività e l'innovazione tecnologica del tessuto economico locale. Dal giugno 2006 coloro che hanno sottoscritto la convenzione Telemaco possono procedere all'invio telematico delle domande di registrazione di marchi e brevetti: sono state 46 le pratiche presentate alla Camera di Commercio di Brindisi secondo questa modalità.

#### Gli strumenti a tutela della proprietà industriale

Il **brevetto** è un titolo che conferisce a colui che lo registra il diritto di sfruttare il trovato oggetto del brevetto stesso in modo esclusivo per un determinato periodo di tempo, realizzandolo, facendolo realizzare da altri o facendone oggetto di commercio. Esistono diverse tipologie di brevetto: per invenzione industriale, per modello di utilità, per disegno o modello. Tutte devono soddisfare alcuni requisiti per ottenere la registrazione: la novità, l'attività inventiva, l'applicazione industriale e la liceità.

Il **marchio** è un segno distintivo che contraddistingue i prodotti o i servizi di un'impresa, alla quale viene riconosciuto il diritto all'uso esclusivo dello stesso. I requisiti che il marchio deve soddisfare per ottenere la registrazione sono la novità, la capacità distintiva e la liceità.

Attività dell'Ufficio marchi e brevetti		
	2005	2006
Invenzioni	5	10
Modelli di utilità	4	2
Marchi	50	65
Marchi internazionali	-	1
Disegni e modelli	-	2
Modelli ornamentali	3	2
Istanze varie	-	5
Annotazioni	-	3
N. caricamenti SIMBA	-	36

### Altre competenze in materia di regolazione del mercato

La Camera ha individuato un funzionario preposto a garantire la tutela della fede pubblica **nei concorsi e nelle manifestazioni a premio**. Questi è tenuto a verificare la regolarità delle procedure e l'imparzialità della commissione nella fase di estrazione dei premi. A seguito della soppressione degli Uffici Provinciali dell'Industria, Commercio e Artigianato (UPICA) e del conseguente trasferimento alle Camere delle competenze in materia di ispezioni e **sanzioni**, l'Ente è legittimato ad applicare sanzioni per illeciti amministrativi derivanti dalla violazione di norme in materia commerciale e industriale nei casi in cui non ci sia la competenza esclusiva del giudice. Il procedimento può concludersi con l'emissione di un'ordinanza e di una pena pecuniaria, se l'illecito sussiste, o con l'archiviazione del caso, se l'illecito non sussiste.

Altre competenze in materia di regolazione del mercato			
		2005	2006
Tutela del consumatore e della fede pubblica nei concorsi a premio	Accessi funzionario camerale	2	4
	Richieste informative	5	5
Ordinanze (ex UPICA) emesse		220	211

## SISTEMA ECONOMICO-PRODUTTIVO: LA PROMOZIONE ECONOMICA

Le funzioni di promozione espletate dalla Camera di Commercio sono tese a favorire lo sviluppo socioeconomico del territorio e la competitività delle imprese che vi operano. Mentre le funzioni istituzionali – amministrative e di regolazione del mercato – sono caratterizzate da una certa rigidità, nell'ambito delle attività promozionali all'Ente è riconosciuta una maggiore discrezionalità, che gli permette di modulare gli interventi in base alle specifiche esigenze manifestate dal sistema economico locale. Quello promozionale è anche l'ambito in cui l'Ente maggiormente sviluppa la partnership con i protagonisti dello sviluppo locale, sia i soggetti del territorio sia il Sistema camerale, in virtù dei rapporti di governance che ha instaurato nel tempo.

La Camera di Brindisi ha focalizzato le azioni di promozione nei seguenti ambiti di intervento:

- > **l'internazionalizzazione**, tramite l'erogazione di servizi informativi e di assistenza alle imprese e la partecipazione ai programmi di cooperazione istituzionale e territoriale;
- > **l'innovazione**, con interventi volti a favorire una maggiore cultura dell'innovazione e del trasferimento tecnologico;
- > **le infrastrutture**, per potenziare i trasporti in Provincia, soprattutto per quanto attiene il porto;
- > **la formazione e l'orientamento all'imprenditorialità**, diretta ad accrescere le competenze degli imprenditori e a sostenere la nascita di nuove imprese;
- > **il marketing territoriale e lo sviluppo locale**, con interventi finalizzati a promuovere i centri urbani e i principali settori economici locali;
- > **i contributi e l'accesso al credito**, tramite il supporto ai Consorzi fidi e il miglioramento della cultura finanziaria degli operatori economici;
- > **gli studi e l'informazione economica**, con il monitoraggio e l'analisi delle dinamiche economiche a livello provinciale.

### Internazionalizzazione

Il processo di internazionalizzazione delle imprese rappresenta un fattore determinante per lo sviluppo del sistema economico brindisino, non solo in virtù della globalizzazione dei mercati, ma anche e soprattutto in considerazione della strategica posizione geopolitica occupata dalla Provincia nel Mediterraneo. L'azione della Camera di Commercio si è rivolta principalmente alle imprese di piccole e medie dimensioni con servizi specifici e attraverso iniziative progettuali e la partecipazione a manifestazioni fieristiche.

#### SPORTELLO UNICO PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE (GLOBUS)

Lo Sportello è parte integrante della rete nazionale Globus, costituita dal Sistema camerale per offrire un servizio di prima assistenza e consulenza specialistica alle imprese operanti sui mercati internazionali e a quelle che intendono entrarvi. In particolare, fornisce servizi informativi relativamente a:

- > programmi di collaborazione internazionale, gare di appalto comunitarie ed extra-comunitarie;
- > missioni, incontri d'affari nazionali ed esteri, fiere e manifestazioni di rilievo a livello internazionale;
- > dati economici riguardanti i Paesi e gli operatori stranieri;
- > ricerca di potenziali partner per lo svolgimento di attività economiche all'estero;
- > seminari e corsi di formazione o aggiornamento sui temi dell'internazionalizzazione;
- > strumenti finanziari e assicurativi per attività in ambito internazionale;
- > strutture e centri di consulenza specializzata.

Sempre più numerosi sono stati gli utenti che hanno usufruito dei servizi erogati dallo Sportello per l'internazionalizzazione, in particolare per quanto attiene la richiesta di informazioni sulla legislazione europea, sui finanziamenti comunitari, nazionali e regionali, e sulla partecipazione a seminari e convegni. Data l'importanza di queste tematiche per favorire l'avvio e il consolidamento dei rapporti commerciali tra le imprese locali e quelle estere, la Camera, tramite la sua Azienda speciale, ha ulteriormente potenziato le opportunità di formazione destinate agli operatori economici.

EURO INFO CENTRE (EIC)

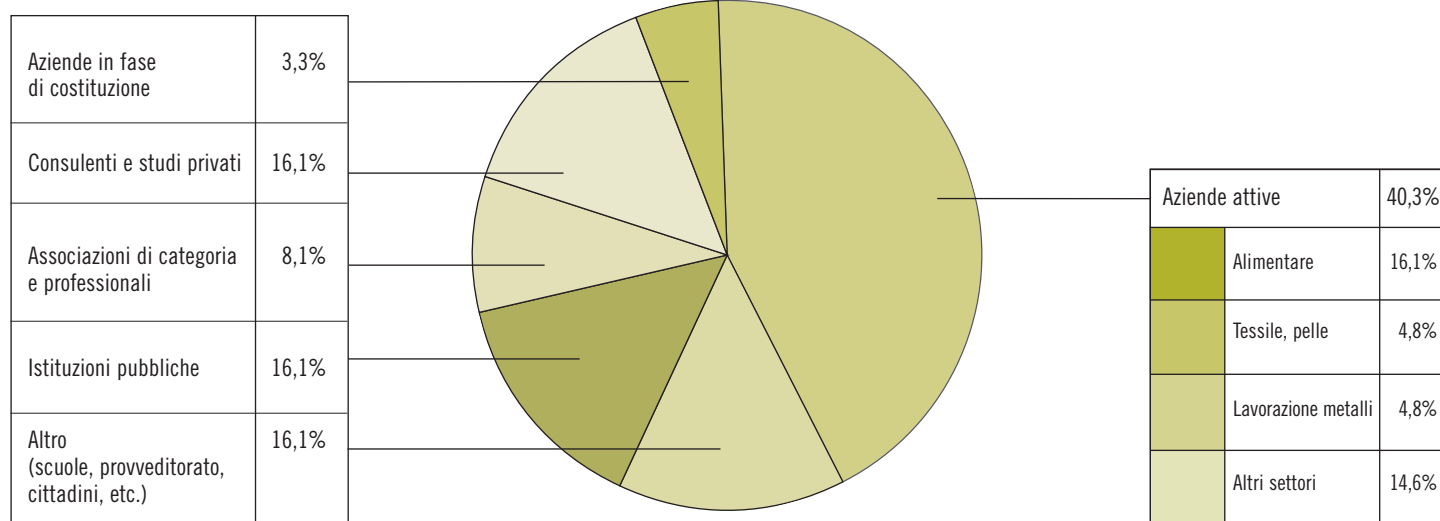
Fa parte della rete degli EIC costituita dall'Unione Europea su base regionale per diffondere presso le imprese, specialmente quelle di piccole e medie dimensioni, le informazioni sui programmi europei e per agevolare l'accesso delle stesse alle opportunità offerte dalla Comunità Europea. Lo sportello eroga:

- > informazioni sui programmi economici, sociali e politici dell'Unione Europea e sulla legislazione comunitaria, nazionale e regionale;
- > consulenza e assistenza sui programmi di finanza agevolata e sui fondi strutturali;
- > assistenza per la partecipazione a gare di appalto internazionale e ai programmi di cooperazione internazionale;
- > formazione su temi specifici.

Numero di accessi/utenti allo sportello internazionalizzazione suddivisi per le discipline d'interesse		
Servizi	2005	2006
Legislazione europea	60	70
Appalti pubblici	13	15
Finanziamenti (comunitari, nazionali, regionali)	200	310
Cooperazione transnazionale	31	30
Nominativi esteri (servizio banche dati: D&B ecc.)	37	60
Partecipazione a seminari e/o convegni	290	300
<b>TOTALE ACCESSI/UTENTI</b>	<b>631</b>	<b>785</b>
Quesiti richiesti allo sportello internazionalizzazione e loro ripartizione per materia		
Materie dei quesiti	2005	2006
Ricerca partner	14	30
Informazioni specialistiche	31	50
Paesi/settori/mercati	23	35
Strumenti finanziari per l'internazionalizzazione	39	55
Fiere all'estero	151	300
Opportunità di business	27	50
Altro	-	10
<b>TOTALE QUESITI</b>	<b>285</b>	<b>530</b>



### Profilo dell'utenza allo sportello internazionalizzazione



Il database delle imprese esportatrici	
Anno	Aziende inserite nel database
2005	150
2006	150

#### PROGETTI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE

La Camera di Commercio ha favorito l'internazionalizzazione delle imprese locali anche tramite la partecipazione a varie iniziative progettuali sviluppate nell'ambito della cooperazione transfrontaliera o all'interno del Sistema camerale. La prima tipologia di interventi rientra nell'ambito dell'Iniziativa Comunitaria INTERREG IIIA Italia-Albania 2000-2006 Asse III, finanziata dalla Regione Puglia, mentre i progetti del Sistema camerale sono stati diretti a razionalizzare e potenziare i servizi messi a disposizione dalla Camera di Commercio.

Il **Progetto COM.ES.E.** ha avuto lo scopo di integrare la promozione dei prodotti di Brindisi e dell'Albania sui mercati internazionali. Con il supporto di ISFORES è stato organizzato un programma di eventi, fiere e missioni per promuovere i prodotti delle imprese di entrambi i Paesi operanti nel settore agroalimentare, nei comparti vinicolo, ortofrutticolo e del food in genere. Il progetto ha sviluppato anche il commercio elettronico attraverso l'acquisto di hardware e software e la formazione dei dipendenti delle imprese artigiane e agroindustriali. ISFORES ha infatti organizzato il corso di formazione Esperto nel commercio elettronico, incentrato sulla realizzazione di siti web per le imprese commerciali e di servizi, a cui hanno partecipato 20 persone provenienti dall'Albania e da Brindisi; il corso ha previsto anche uno stage presso imprese di Lecce e dell'Albania e la partecipazione alla Fiera di Valona per promuovere l'iniziativa.

Rientra nell'Asse IV del Programma di Iniziativa Comunitaria INTERREG IIIA, Italia-Albania anche il **Progetto Vierat-Valori**, che ha l'obiettivo di recuperare l'identità culturale dell'Albania valorizzandone le risorse e le potenzialità. L'iniziativa, di cui è capofila IFOC, Azienda speciale della Camera di Commercio di Bari, e a cui partecipano 9 partner, ha previsto l'avvio di un confronto tra soggetti pubblici e privati provenienti dall'Italia e dall'Albania sui temi della formazione, della cultura e della tecnologia multimediale. Il progetto si è concluso con la realizzazione di un evento multimediale itinerante sulla cultura e le tradizioni albanesi, che è stato presentato nel 2007 a Bari, Brindisi, Fasano (BR) e a Tirana.

Ancora nell'ambito della cooperazione istituzionale e territoriale, il progetto **Internazionalizzazione di distretti industriali, filiere produttive e consorzi di imprese** si è incentrato sulla costruzione di reti di imprese, che permettano di affrontare i processi di internazionalizzazione in modo strutturato e organico. Promobrindisi, in collaborazione con le Associazioni di categoria e le Agenzie del Sistema camerale, si è mossa lungo tre direttrici:

- > ha predisposto percorsi volti a favorire la partecipazione delle PMI ai processi di interscambio commerciale nei nuovi Paesi emergenti;
- > ha avviato interventi di promozione del territorio per agevolare l'attivazione di rapporti economici con i Paesi del bacino del Mediterraneo e dell'Est Europa;
- > ha erogato servizi alle imprese attraverso lo Sportello EIC.

Il progetto **Miglioramento dei servizi e delle azioni per favorire l'accesso e la partecipazione delle imprese ai programmi europei** ha inteso razionalizzare i servizi messi a disposizione delle imprese dalle Camere di Commercio tramite gli Sportelli Euro Info Centre e lo Sportello Internazionalizzazione. La rivisitazione ha consentito di migliorare la qualità della partecipazione dell'Ente ai programmi di finanziamento europei valorizzando il Sistema camerale.

Il progetto **Attrazione di capitale umano nel Sistema camerale per l'internazionalizzazione** ha avuto l'obiettivo di rafforzare la capacità del Sistema camerale di offrire servizi a elevato valore aggiunto per sostenere il processo di internazionalizzazione delle imprese. Ha previsto l'erogazione di percorsi di formazione specialistica a risorse umane dotate di un adeguato potenziale.

#### PARTECIPAZIONE A MANIFESTAZIONI FIERISTICHE

La Camera ha promosso la partecipazione degli operatori economici della Provincia a fiere e mostre di rilievo internazionale. Tra cui:

- > "Italie a table", l'unica mostra mercato della Francia dedicata esclusivamente alla varietà e all'eccellenza enogastronomica italiana, che ha visto la partecipazione di 150 espositori e oltre 100.000 visitatori;
- > "Artigiano in fiera", la più grande manifestazione fieristica internazionale dedicata all'impresa artigiana, a cui hanno partecipato 2.573 espositori provenienti da 100 Paesi del mondo e che è stata visitata da oltre 3 milioni di persone;
- > "BIT Milano".

La Camera di Commercio ha inoltre offerto un servizio di assistenza tecnica alle imprese che hanno partecipato alle manifestazioni organizzate dal Centro Estero Regionale della Puglia.

Partecipazioni di imprese a manifestazioni fieristiche sotto l'egida della Camera di Commercio			
Fiere	Sede	N. aziende partecipanti	Anno
Expolevante Rotta 90	Bari	8	2005
Italian lifestyle	Emirati Arabi Uniti	23	2005
Italie a table	Francia	5	2005-2006
Fiera Internazionale Expo de Vlora	Valona		2005
Borsa Mediterranea del Turismo	Napoli	20	2005
Parigi air show	Parigi	5	2005
Artigianato in Fiera	Milano	6	2005-2006
BIT Milano	Milano	20	2006

## DELEGAZIONI DA E VERSO L'ESTERO

L'Ente ha ricevuto presso la propria struttura numerose delegazioni estere e ha partecipato a missioni all'estero presso gli Enti di altri Paesi. Sotto il primo profilo gli incontri istituzionali hanno visto la partecipazione soprattutto dei rappresentanti delle aree elleniche e balcaniche: si segnalano l'incontro con il Ministro dell'Agricoltura serbo e con i rappresentanti delle Camere di Commercio di Durazzo e Valona per la conferenza stampa di presentazione del progetto COM.E.S.E e la delegazione di operatori di San Pietroburgo. Tra le delegazioni della Camera di Commercio all'estero, quelle di maggiore rilevanza sono state la missione istituzionale in Albania per presentare le attività e le manifestazioni previste dal progetto COM.E.S.E., e una delegazione a Skopije in Macedonia.

Delegazioni straniere ricevute presso la Camera di Commercio		
Paese di provenienza	Periodo	Tipologia
Cipro	Gennaio 2005	Imprenditoria femminile
Albania	Marzo 2005	Presentazione Progetti Interreg IIIA Italia-Albania 2000-2006 CIACO e COM.E.S.E.
Ucraina (delegazione dell'Università di Odessa)	Marzo 2005	Interscambi commerciali
Algeria	Giugno 2005	Istituzionale
Nigeria (Ambasciatore e addetto commerciale Ministero Affari Economici)	Agosto 2005	Promozione interscambi commerciali
Cina (tour operator, giornalisti, rappresentanti di governo)	Settembre 2005	Incontro con operatori turistici e imprenditori locali per la promozione dei rapporti turistici, culturali e commerciali fra i due Paesi
Paesi del Mediterraneo sud-orientale	Novembre 2005	Programma Integra III Plus - Incontro con agenti di sviluppo locale e visite di studio presso aziende brindisine
Albania (rappresentanti delle Camere di Commercio di Durazzo e Valona)	Giugno 2006	Conferenza stampa per il progetto COM.E.S.E
Ministro dell'Agricoltura serbo	Luglio 2006	Incontro con il sistema cooperativistico nazionale e locale
Incontro con gli operatori di San Pietroburgo	Novembre 2006	Interscambio con aziende interessate all'export

Delegazioni della Camera di Commercio all'estero	
Destinazione	Periodo
Portoroz, Slovenia	Febbraio 2005
Mostra "Italian Lifestyle in the Emirates" a Dubai, Emirati Arabi	Maggio 2005
Missione istituzionale in Macedonia per la creazione di partenariati con imprese macedoni di vari settori economici	Ottobre 2005
Missione istituzionale in Albania per presentare alle autorità albanesi partners del programma Interreg IIIA Italia Albania 2000-2006 Asse III Misura 3.2., le attività e le manifestazioni previste all'interno dei progetti di cui la Camera di Commercio è capofila (CIACO; COM.E.S.E.)	Febbraio 2006
Skopije, Macedonia	Marzo 2006

Delegazioni della Camera di Commercio all'estero		
Anno	Attività	Sede
2005	Incontro con distributori agroalimentari	Bari
2006	Partecipazione fiere in Italia e all'estero	Bari

### Innovazione

La Camera di Commercio svolge un ruolo di primo piano nel veicolare la cultura dell'innovazione e del trasferimento tecnologico al tessuto economico locale. L'Ente è intervenuto costituendo una "comunità" di imprese eccellenti, in grado di agevolare il trasferimento delle conoscenze a tutto il sistema economico locale, agevolando la costituzione di imprese innovative e realizzando audit aziendali.

Il **Forum delle Imprese di Eccellenza** è un sistema di rilevazione e diffusione costante delle *best practices* aziendali nella Provincia di Brindisi. L'iniziativa si è inquadrata in un progetto più ampio, volto a sperimentare modalità innovative per trasferire le conoscenze alle PMI attraverso la costituzione di una prima "comunità" di imprese eccellenti, che potessero svolgere un ruolo pilota nella diffusione delle buone prassi nell'intero sistema. A 800 imprese operanti nei settori agroalimentare, turismo, manifatturiero, logistica e servizi è stato somministrato un questionario relativo a 7 profili aziendali. Sulla base dei risultati emersi sono stati predisposti i parametri di riferimento per costruire il benchmark e sono state individuati i casi "di eccellenza" per i quali organizzare interventi di trasferimento e diffusione di buone prassi.

Il progetto è stato messo in relazione con l'iniziativa Basilea 2 incentrata sull'equilibrio finanziario delle PMI, in quanto entrambi contribuiscono a delineare un quadro di dettaglio della situazione delle imprese brindisine, e i risultati sono stati presentati in un unico report, diffuso su stampa, su cd e tramite il sito internet della Camera.

Il progetto **Innovazione e trasferimento tecnologico** ha avuto l'obiettivo di rilevare i fabbisogni tecnologici delle imprese e di predisporre azioni tese a sostenere la nascita di nuove imprese innovative e ad avvicinare la domanda e l'offerta di conoscenza.

### Infrastrutture al servizio dell'economia locale

Lo sviluppo economico di un territorio richiede una rete infrastrutturale adeguata, in grado di sostenere i crescenti flussi di merci e di persone e di fornire agli operatori servizi completi e integrati. Nella Provincia di Brindisi sono due in particolare le infrastrutture di eccellenza: il porto e l'aeroporto. Il primo collega la Puglia con i Paesi balcanici e con l'Europa meridionale, mentre il secondo contribuisce alla valorizzazione turistica dell'area brindisina.

La Camera di Commercio ha contribuito a qualificare queste due infrastrutture di eccellenza del territorio anche grazie alla collaborazione degli Enti locali, delle Associazioni di categoria e delle altre forze sociali presenti sul territorio stesso. Ha migliorato alcuni aspetti di arretratezza della rete infrastrutturale e ha istituito la Commissione Porto, Aeroporto, Trasporti e Logistica, all'interno del Consiglio camerale. In seguito allo Studio comparativo sui costi portuali, da cui è emerso che il porto di Brindisi ha ancora disponibilità di aree libere strategicamente valorizzabili, la Camera ha realizzato il progetto **Osservatorio sui trasporti, la logistica e le infrastrutture**, uno studio teso ad analizzare le criticità e le potenzialità del territorio in materia di trasporti e logistica. L'iniziativa si è conclusa con la predisposizione di una banca dati delle infrastrutture. A partire da queste rilevazioni, la Camera intende definire strategie e progetti efficaci per il futuro attraverso un percorso di programmazione, confronto e concertazione fra tutti i soggetti interessati.

Dal 2002 è attiva la convenzione tra la Camera e l'**avvisatore del porto di Brindisi**, nell'ambito della quale questo è tenuto a:

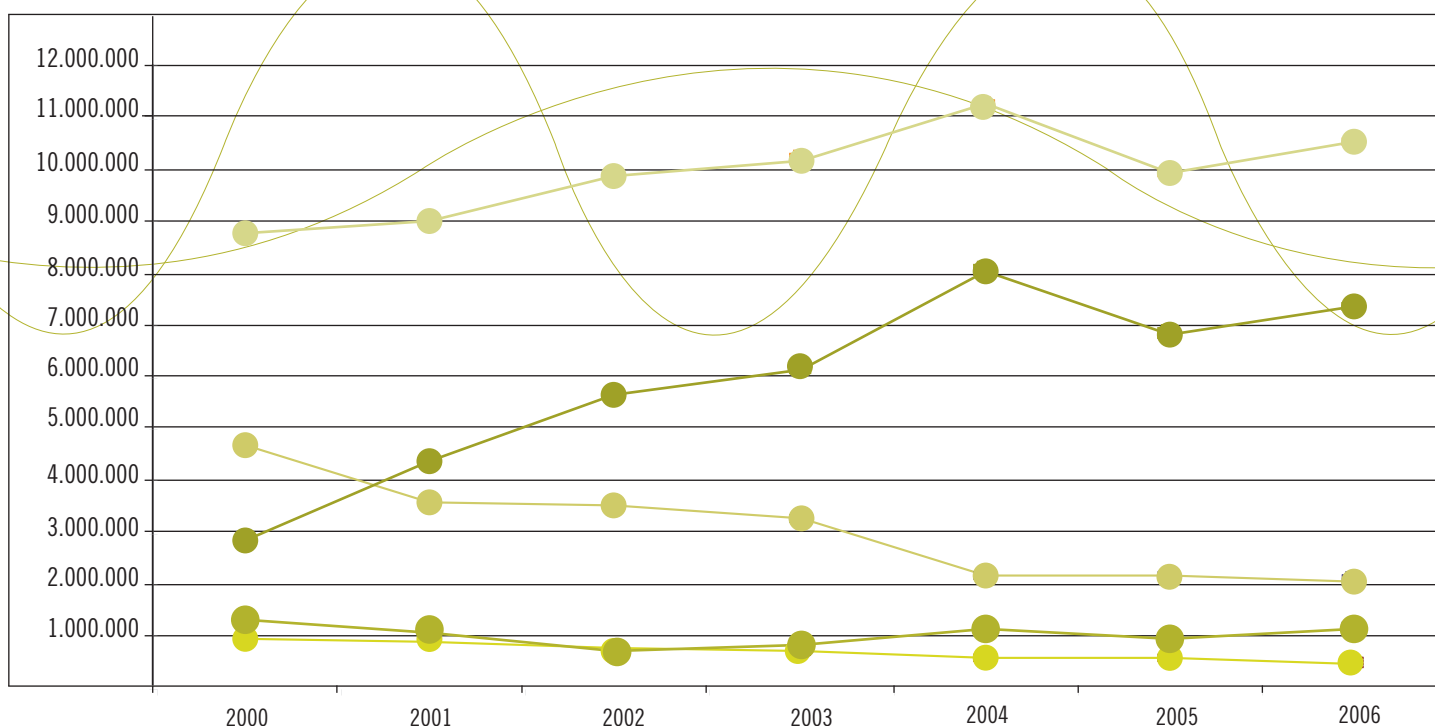
- > fornire l'accesso alla banca dati del sistema telematico di gestione portuale;
- > predisporre varie statistiche, tra cui quelle relative al traffico di merci e di passeggeri del porto di Brindisi e di quelli limitrofi dell'Adriatico;
- > inserire sul proprio sito internet informazioni, dati e statistiche, nonché notizie per promuovere le attività del porto;
- > diffondere i comunicati stampa e gli appuntamenti organizzati dalla Camera.

### Il porto di Brindisi

Grazie alla sua strategica posizione geografica e alle caratteristiche fisiche, il porto di Brindisi costituisce un crocevia tra il corridoio marittimo adriatico e quello sud-europeo. Storicamente esercita il ruolo di "porta verso l'Oriente", costituendo lo snodo fondamentale per le relazioni con la Grecia, l'Area Balcanica, la Turchia e il bacino orientale del Mediterraneo.

Il porto di Brindisi forma, insieme agli scali di Bari e Taranto, un sistema integrato di porti sul Mediterraneo e vede, al pari di quello di Bari, una forte specializzazione nel traffico dei passeggeri rispetto alle merci. La prevalente parte dei passeggeri è in navigazione internazionale.

Statistiche relative al porto di Brindisi (valori assoluti, 2000-2006)

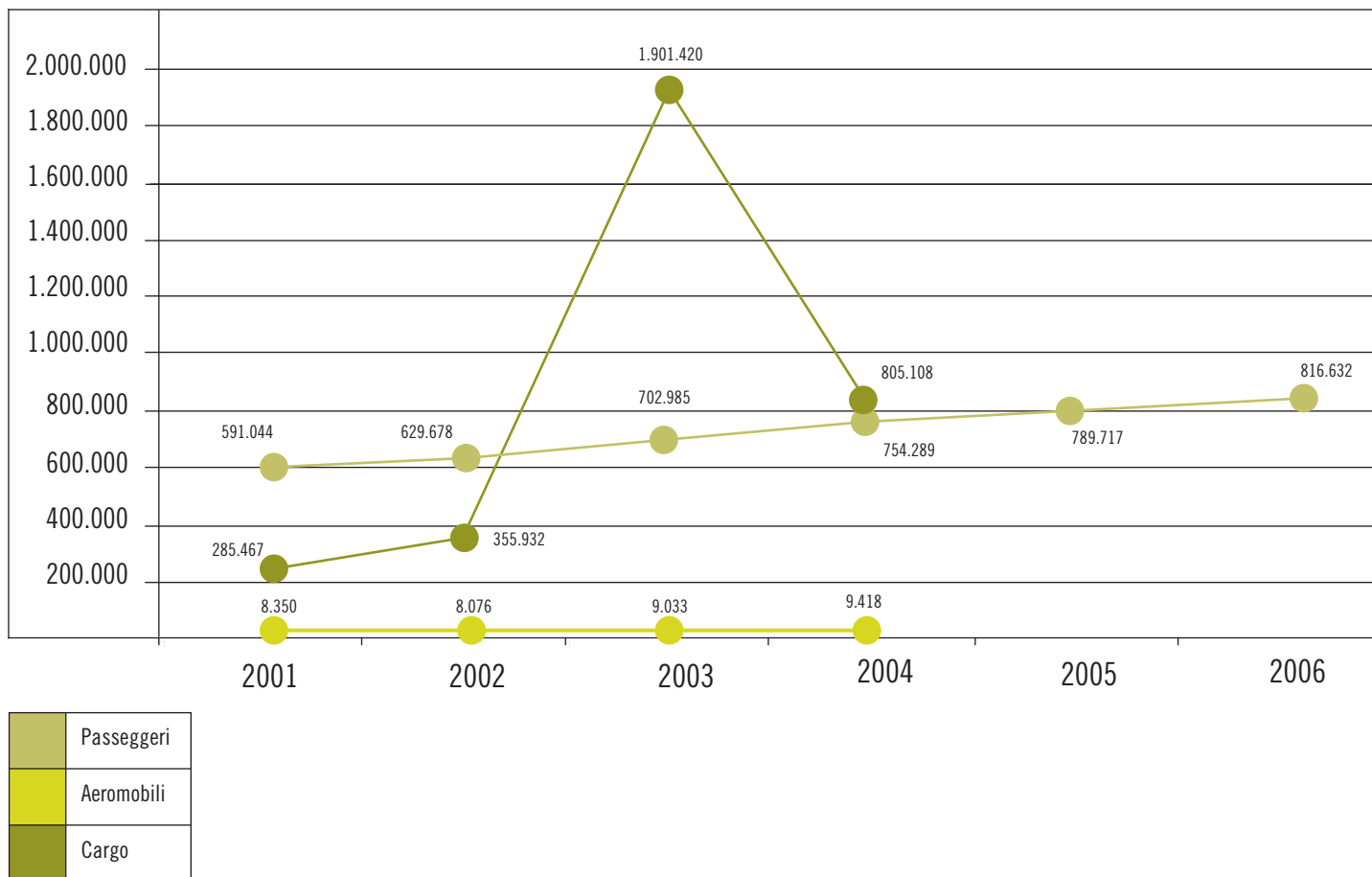


	Passeggeri
	Merci
	Prodotti liquidi
	Rinfuse solide
	Altro

### L'aeroporto di Brindisi

Così come il porto, anche l'aeroporto di Brindisi, insieme a quelli di Bari, Foggia e Grottaglie, fa parte di un sistema aeroportuale regionale, moderno ed efficace, in grado di offrire servizi di alto livello qualitativo e di favorire la crescita socioeconomica di tutto il territorio pugliese. Ha un ruolo di primo piano nell'accrescere l'accessibilità del territorio e nel valorizzarlo, specialmente in termini turistici. Un impulso fondamentale per lo sviluppo dell'aeroporto di Brindisi è stato dato dai voli low cost, che hanno determinato un aumento del traffico di passeggeri e di aeromobili.

Traffico dell'aeroporto di Brindisi (valori assoluti, 2001-2006)



### Formazione e orientamento all'imprenditorialità

La formazione continua degli imprenditori e la qualificazione delle risorse umane influenzano la competitività del sistema imprenditoriale e quindi la sua capacità di interpretare i cambiamenti del contesto e di adottare percorsi innovativi. Le direttrici seguite dalla Camera per accrescere le competenze del capitale umano sono state la formazione professionale e abilitante, l'orientamento all'imprenditorialità, gli interventi nel campo dell'alta formazione e le iniziative per avvicinare il mondo della scuola al sistema imprenditoriale.

Anche nel 2006 la **formazione professionale**, destinata ad accrescere le competenze degli imprenditori, ha riguardato principalmente le tematiche relative al processo di internazionalizzazione.

La Camera ha proseguito l'attività nel campo della **formazione abilitante** con l'organizzazione di percorsi finalizzati a sostenere gli esami per l'iscrizione nei Registri abilitanti tenuti dall'Ente (operatori commerciali del settore somministrazione alimenti e bevande e del settore alimentare, agenti e rappresentanti di commercio, mediatori in affari).

Corsi di formazione istituzionale abilitante	2005			2006		
Corsi/Argomento	N. Corsi	Durata (ore)	N. Partecipanti	N. Corsi	Durata (ore)	N. Partecipanti
Esercizio dell'attività commerciale relativa al settore merceologico alimentare	3	75	71	5	70	113
Agenti e rappresentanti di commercio	2	100	18	2	100	26
Agenti di affari in mediazione	2	100	59	3	100	82
Somministrazione di alimenti e bevande al pubblico	2	150	26	2	110	30

Il servizio di **orientamento all'imprenditorialità** supporta i neo-imprenditori e gli aspiranti tali nella realizzazione della loro *business idea*. A questo fine, l'Azienda speciale Promobrindisi fornisce informazioni per l'avvio di nuove imprese e per l'accesso ai finanziamenti agevolati e organizza seminari sulle tematiche inerenti la creazione d'impresa e la diffusione della cultura imprenditoriale.

Dati principali dell'attività di orientamento all'imprenditorialità e creazione di nuova impresa		
	2005	2006
N. utenti che hanno richiesto informazioni	60	80
N. utenti dei seminari di formazione	13	-

Presso la Camera è attivo il **Comitato per l'imprenditoria femminile**, che appartiene alla rete costituita a livello nazionale dall'Unioncamere per diffondere la cultura d'impresa presso le donne, facilitare la costituzione di imprese "rosa" e promuovere la conoscenza degli strumenti e delle agevolazioni a disposizione di queste.

Nell'ambito del progetto **Emersione del lavoro non regolare**, la Provincia di Brindisi ha affidato alla Camera lo svolgimento delle attività previste dalla Commissione Provinciale per l'emersione del lavoro nero e finanziate dalla Regione Puglia. Il progetto ha avuto l'obiettivo di definire e applicare condizioni in grado di ridurre i fenomeni del lavoro sommerso e di favorire l'accesso dei lavoratori disoccupati al lavoro autonomo e imprenditoriale. L'Ente ha assegnato 3 borse di studio per agenti di emersione e 5 per tutor per la realizzazione del piano di azione per l'emersione del lavoro non regolare.

L'Ente ha inoltre concesso una **borsa di studio** a uno studente della Provincia di Brindisi per la partecipazione alla XXIII edizione del Master di Sviluppo Economico organizzato dall'Istituto Tagliacarne di Roma.

L'Azienda speciale Promobrindisi ha realizzato il progetto **Alternanza scuola-lavoro**, rivolto agli studenti degli ultimi anni delle scuole superiori, che prevede l'attivazione di percorsi formativi che alternano fasi in aula con tirocini in azienda.

L'iniziativa mira a facilitare l'integrazione tra il mercato del lavoro e il sistema formativo, anche alla luce delle riforme in atto in quest'ultimo, e a favorire l'incontro tra la domanda e l'offerta di lavoro, tenendo conto delle richieste specifiche avanzate dal sistema imprenditoriale locale. Strumento fondamentale di lavoro è il portale Polaris, che si rivolge a tutti i soggetti interessati alle esperienze in alternanza (studenti, istituti scolastici e universitari, imprese e operatori camerati), con l'obiettivo di agevolare l'orientamento al lavoro, l'alternanza scuola-lavoro e il collegamento tra il sistema formativo e le imprese. Nell'ambito dell'iniziativa, la Camera ha partecipato al "Salone dell'orientamento per lo studente", nel corso del quale ha organizzato un seminario destinato agli studenti e ai docenti, e Promobrindisi ha messo a disposizione dei tutor scolastici strumenti per valutare le competenze acquisite dagli studenti nel corso degli stage.

### Marketing territoriale e sviluppo locale

Le attività espletate dalla Camera di Commercio nell'ambito dello sviluppo locale sono finalizzate ad accrescere l'attrattività del territorio Provinciale e a valorizzare i principali settori dell'economia locale. La Camera di Commercio svolge un ruolo di primo piano nella realizzazione degli interventi di promozione e nel coordinamento delle azioni portate avanti dai diversi soggetti pubblici e privati, al fine di realizzare un'azione unitaria per la qualificazione del sistema produttivo e per l'attrazione di nuovi investimenti dall'esterno. Gli ambiti di intervento della Camera hanno riguardato soprattutto la valorizzazione dei centri storici, la qualificazione dell'offerta turistica e la promozione dei prodotti tipici locali.

#### IL MARKETING URBANO

La Camera ha proseguito le azioni finalizzate a qualificare il centro storico dei Comuni di S. Vito dei Normanni, Carovigno, Ostuni, Cisternino, Latiano e Torre S. Susanna. ISFORES ha analizzato gli aspetti di debolezza delle attuali offerte commerciali e le abitudini di acquisto dei consumatori e, sulla base di questi dati, ha elaborato un'azione strategica tesa a valorizzare i centri commerciali naturali, i loro prodotti tipici e le bellezze naturali, artistiche e architettoniche che li caratterizzano. Ha inoltre sottoscritto accordi con i Consorzi Grande Salento e Torre Guaceto e con le Pro loco per incentivare le visite turistiche nelle aree interessate dal progetto. La Camera ha anche sostenuto la realizzazione dell'evento "Natale 2006 S. Vito Città dei Presepi", organizzato dalla Confcommercio di Brindisi e dai Comuni di S. Vito dei Normanni e di Carovigno.

#### IL SETTORE TURISTICO

Promobrindisi ha avviato uno studio per individuare le condizioni favorevoli alla nascita e allo sviluppo di Sistemi Turistici Locali, che siano in grado di valorizzare in termini turistici le peculiarità e l'immagine tipica del territorio.

ISFORES, in collaborazione con ISNART – Istituto Nazionale Ricerche Turistiche, ha proseguito l'iniziativa per migliorare i servizi offerti dalle strutture ricettive della Provincia tramite l'assegnazione di un **marchio di qualità**. Nel 2006 hanno partecipato 64 imprese, 57 delle quali hanno ottenuto il riconoscimento.

La Camera di Brindisi, in collaborazione con quelle di Bari e Lecce e con quelle albanesi di Durazzo, Tirana e Valona, ha avviato il progetto **Mare delle Aquile**, che rientra nell'ambito del PIC INTERREG IIIA Italia-Albania Asse IV Turismo Beni Culturali e cooperazione istituzionale Misura 4.2 (Sostegno al partenariato italo-albanese nel turismo) e che si sta realizzando nel 2007. L'iniziativa intende analizzare e promuovere il turismo marino attraverso l'adozione di azioni congiunte finalizzate alla crescita e alla valorizzazione delle competenze degli operatori del settore e dei rappresentanti delle istituzioni pubbliche. Il progetto prevede anche la produzione di materiali promozionali (guida e video) per valorizzare i siti turistici della Puglia e dell'Albania. Il progetto è basato sulla cooperazione transfrontaliera, in un'ottica di trasferimento di esperienze e buone pratiche tra territori omogenei.

#### SOSTEGNO ALLE PRODUZIONI E AI SETTORI LOCALI

La Camera di Commercio è Soggetto Responsabile del **Patto Territoriale per l'Agricoltura** della Provincia di Brindisi, che ha previsto la concessione di agevolazioni alle imprese agricole e la realizzazione di un laboratorio di analisi chimiche per il settore agricolo e agroindustriale. La Camera si è occupata di coordinare i rapporti tra i soggetti coinvolti e di espletare i compiti amministrativi e gestionali connessi all'attuazione degli interventi. Ha inoltre supportato le 116 imprese beneficiarie delle agevolazioni con un servizio di assistenza e consulenza.

Il progetto *Valorizzazione, promozione e consolidamento di politiche di marchio collettivo nel settore agroalimentare* è stato finalizzato all'introduzione di **sistemi di qualità** per promuovere e qualificare i prodotti locali tipici. I sistemi di qualità costituiscono infatti uno strumento per accrescere la competitività del settore, poiché rappresentano un elemento di garanzia per i consumatori e perché permettono di conseguire un marchio collettivo. Promobrindisi ha organizzato un percorso formativo rivolto agli operatori agricoli per la qualificazione del carciofo tipico della Provincia di Brindisi e per la promozione del relativo marchio collettivo.



Il progetto *Qualità dell'artigianato tessile e artistico* ha avuto l'obiettivo di favorire la capacità di adattamento delle PMI locali alla continua evoluzione dei sistemi produttivi e concorrenziali, agevolando il ricorso a forme di aggregazione in filiere produttive e l'adozione di **sistemi di gestione della qualità**. L'Azienda speciale ISFORES, in collaborazione con le Associazioni di categoria e con il Consorzio Contex, ha individuato i processi di lavorazione che potevano essere migliorati attraverso l'adozione dei nuovi strumenti ITC nella produzione e nello sfruttamento delle opportunità offerte dalle manifestazioni fieristiche. Ha inoltre effettuato delle visite aziendali presso 10 realtà economiche della Provincia per introdurre un'organizzazione dei processi produttivi conforme a quanto richiesto dai sistemi di certificazione della qualità. Ha infine predisposto una brochure con i nominativi delle imprese della filiera e le caratteristiche qualitative dei loro prodotti. Un importante ambito di intervento della Camera per la promozione del territorio e delle produzioni locali è costituito dalla partecipazione alle manifestazioni fieristiche e ai workshop. In alcuni casi l'Ente ha partecipato direttamente, in altri ha offerto il patrocinio e il sostegno agli eventi organizzati dalle Associazioni di categoria e da altri soggetti del territorio.

Partecipazioni a manifestazioni fieristiche di settore per la promozione delle produzioni locali			
Titolo	Settore	Località	Anno
Borsa Mediterranea del Turismo	Turismo	Napoli	2005
Expolevante Rotta 90	Nautica	Bari	2005
Fiera internazionale Expo de Vlorà	Vari	Valona	2005
Italian Lifestyle in the Emirates	Vari	EAU	2005
Borsa Internazionale del Turismo	Turismo	Milano	2005-2006
Mostra mercato "Il mercato italiano"	Alimentari	Nizza	2005-2006
"La Dolce Vita"	Turismo e prodotti italiani	Londra	2006
Artigianato in fiera Mostra mercato	Vari	Milano	2006

Iniziative di promozione del territorio delle associazioni di categoria sostenute dalla Camera di Commercio		
Progetto	Associazione	Anno
Convegno sul carciofo di Mesagne	Consorzio di difesa e di valorizzazione delle produzioni agricole dell'ambiente e del territorio rurale della Provincia di Brindisi	2005
Campagna "Salva Euro"	Lega consumatori ACLI Confcommercio di Brindisi	2005
Manifestazione "Insieme agli anziani rinnovo di tradizioni popolari folkloristiche e gastronomiche per valorizzare il territorio messapico" Ceglie	CIA	2005
Campagna di promozione del pane prodotto dai fornai della Provincia	Gruppo panificatori di Brindisi	2005
Manifestazione di consegna dei diplomi "Maestri del commercio"	Confcommercio di Brindisi	2006
Convegno "Olio di oliva, cuore e salute"	Associazione Medica Fasanese	2006
Convegno regionale "Arsenali e dintorni"	Cisl	2006
Centenario della CGIL programma di eventi	CGIL	2006
Convegno "Negroamaro: una risorsa da valorizzare e promuovere"	Comune di Cellino S. Marco, Associazione "Citta del Vino"	2006

Eventi di animazione a cui è stato accordato il sostegno da parte della Camera di Commercio		
Evento	Soggetto promotore	Anno
Manifestazione letteraria estiva "Un'emozione chiamata libro: incontri con gli autori"	Comune di Ostuni	2006
"1 <sup>a</sup> settimana internazionale dei giovani"	Liceo Scientifico "Fermi" di Brindisi	2006

#### IL SETTORE MODA

L'Ente, in collaborazione con l'Associazione ITF - Italian Textile Fashion, l'organismo di coordinamento delle Camere di Commercio per la valorizzazione e la tutela della filiera della moda, ha realizzato il progetto *Competitività territoriale e di sistema*, con l'obiettivo di implementare un modello di rintracciabilità e di etichettatura dei prodotti. Si tratta di uno strumento operativo adattabile a tutti i comparti – tessile, abbigliamento, calzaturiero, pelletteria – e in grado di valorizzare l'origine e il metodo di lavorazione del settore a livello nazionale.

L'Ente, in collaborazione con le Camere di Bari, Lecce e Foggia, il Centro progettazione Design Capgemini Italia e l'Università di Bari, ha realizzato il progetto *Distretto digitale a supporto della filiera produttiva del tessile abbigliamento*. L'iniziativa si prefigge tre finalità:

- > agevolare l'accesso ai sistemi di integrazione digitale da parte delle imprese del distretto;
- > creare una rete tra i distretti per diffondere le *best practices* gestionali e tecnologiche;
- > creare una struttura che fornisca servizi di supporto alle imprese e che diffonda nuove pratiche in tema di innovazione tecnologica.

La progettazione e la realizzazione del distretto digitale è stata affidata all'Azienda speciale Promobrindisi.

#### Contributi e accesso al credito

Il sistema creditizio brindisino non è in grado di supportare appieno lo sviluppo economico provinciale a causa di una presenza sul territorio inferiore alla media regionale e un volume di risorse inferiore alla media nazionale. La Camera di Commercio ha contribuito a far fronte a questi fattori di criticità favorendo l'accesso al credito delle imprese, specialmente quelle di piccole e medie dimensioni. È intervenuta principalmente in via indiretta alimentando i Fondi di garanzia dei Consorzi fidi. In tal modo ha aumentato la loro capacità di garantire il credito alle imprese, determinando un abbattimento del tasso di interesse a loro carico.

Contributi ai Consorzi Fidi	
Anno	Contributi accordati (euro)
2005	126.980
2006	40.000

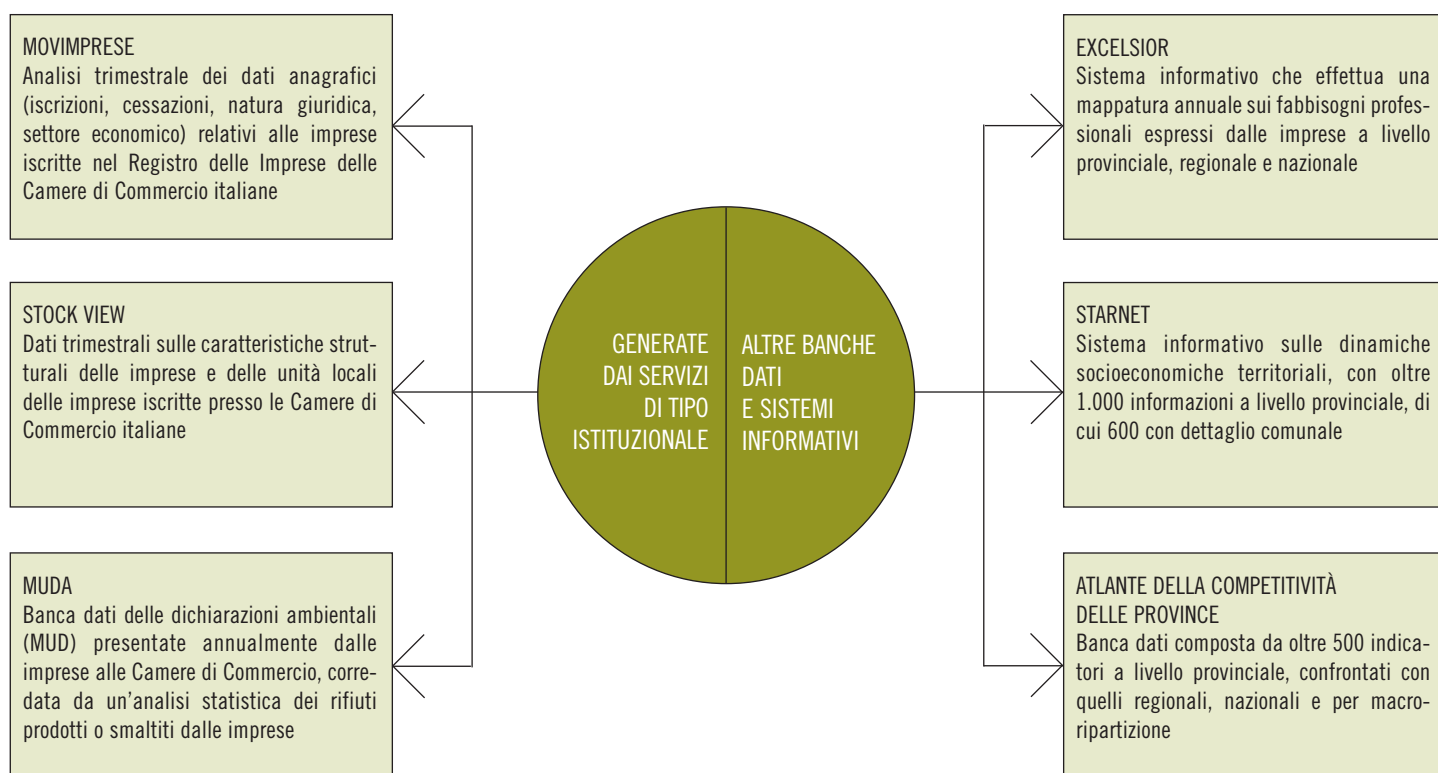
Attraverso ISFORES e con il coinvolgimento delle Associazioni di categoria, degli Ordini professionali e dei Confidi, ha realizzato il progetto *Servizi alle imprese sulla finanza e sul credito*, al fine di diffondere presso le imprese la cultura finanziaria, riconoscendola come un fattore determinante per la loro crescita competitiva. L'iniziativa progettuale si è incentrata sulla realizzazione del rapporto "Indagine conoscitiva sullo stato di salute delle imprese della Provincia di Brindisi", che ha delineato un quadro della situazione finanziaria del tessuto economico locale alla luce dei principi fissati dall'Accordo di Basilea 2, e sull'erogazione di corsi di formazione destinati agli operatori dei confidi e alle imprese sulle nuove disposizioni per l'accesso al credito.

### Studi e informazione economica

La Camera di Commercio espleta una funzione di monitoraggio e analisi delle dinamiche socioeconomiche a livello provinciale. I dati così prodotti costituiscono un importante punto di avvio per la definizione delle politiche camerale e degli strumenti di programmazione negoziata con gli altri soggetti del territorio e soddisfano le richieste di informazioni che provengono dal sistema socioeconomico locale.

L'Ente mette inoltre a disposizione dell'utenza numerose banche dati informatiche, alcune alimentate dai dati di cui entra in possesso nell'espletamento dei compiti istituzionali, altre generate da veri e propri sistemi informativi. Contribuisce ad alimentare il portale *Starnet*, che collega gli Uffici Studi e Statistica di tutti gli Enti camerale, e mette in rete l'informazione economico-statistica prodotta dal Sistema camerale e dagli Enti appartenenti al Sistema statistico nazionale (SISTAN).

#### Le banche dati del Sistema camerale



#### Richieste di informazioni pervenute all'Ufficio studi e statistica

Anno	N. richieste
2005	80
2006	120

La Camera, in collaborazione con l'Istituto Tagliacarne, ha attivato l'**Osservatorio Economico Provinciale** per rispondere a una domanda di informazione economica integrata e indagare il grado di innovazione e di competitività del sistema produttivo locale. Si basa su un'indagine semestrale rivolta a 400 imprese e si sviluppa su tre assi di ricerca:

- > impresa, sulla struttura economica della Provincia;
- > territorio, che consiste in un'analisi congiunturale;
- > politiche, ossia approfondimenti tematici di interesse per le imprese e l'economia brindisine.

I risultati sono stati diffusi in parte nel corso della Giornata dell'economia e in parte attraverso il sito internet e gli organi di stampa.

Nell'ambito dell'Osservatorio, l'Ente, in collaborazione con l'Istituto Tagliacarne, ha realizzato lo studio sulla stima del **valore aggiunto comunale** articolato per settori economici. L'articolazione dei dati su base comunale consente di evidenziare le dinamiche e i fenomeni subprovinciali; inoltre le informazioni emerse vengono utilizzate per rilevare il posizionamento del territorio provinciale nelle classifiche dello sviluppo, per valutare lo "stato di salute" dell'economia locale e per stabilire la ripartizione dei finanziamenti comunitari tra le varie aree.

La Camera ha partecipato all'**Osservatorio Nazionale sul Turismo italiano**, un sistema di rilevazione continua delle dinamiche e dei mutamenti in atto nel settore, in base al quale le imprese locali possono elaborare le proprie strategie. L'Azienda speciale ISFORES, con la collaborazione di ISNART, ha effettuato le rilevazioni e ha collegato l'Osservatorio provinciale con quello nazionale, in modo da confrontare i dati locali con quelli delle altre aree turistiche italiane e con quelli degli anni precedenti.

L'Ente ha organizzato convegni e seminari di rilevanza provinciale, che costituiscono importanti momenti per diffondere l'informazione economica e avviare un confronto su tematiche strategiche per l'economia del territorio. Di particolare rilievo è la **Giornata dell'economia**, un evento annuale organizzato a livello nazionale dall'Unioncamere e a livello locale dalle Camere di Commercio che presentano contemporaneamente un rapporto sullo stato dell'economia della propria Provincia.

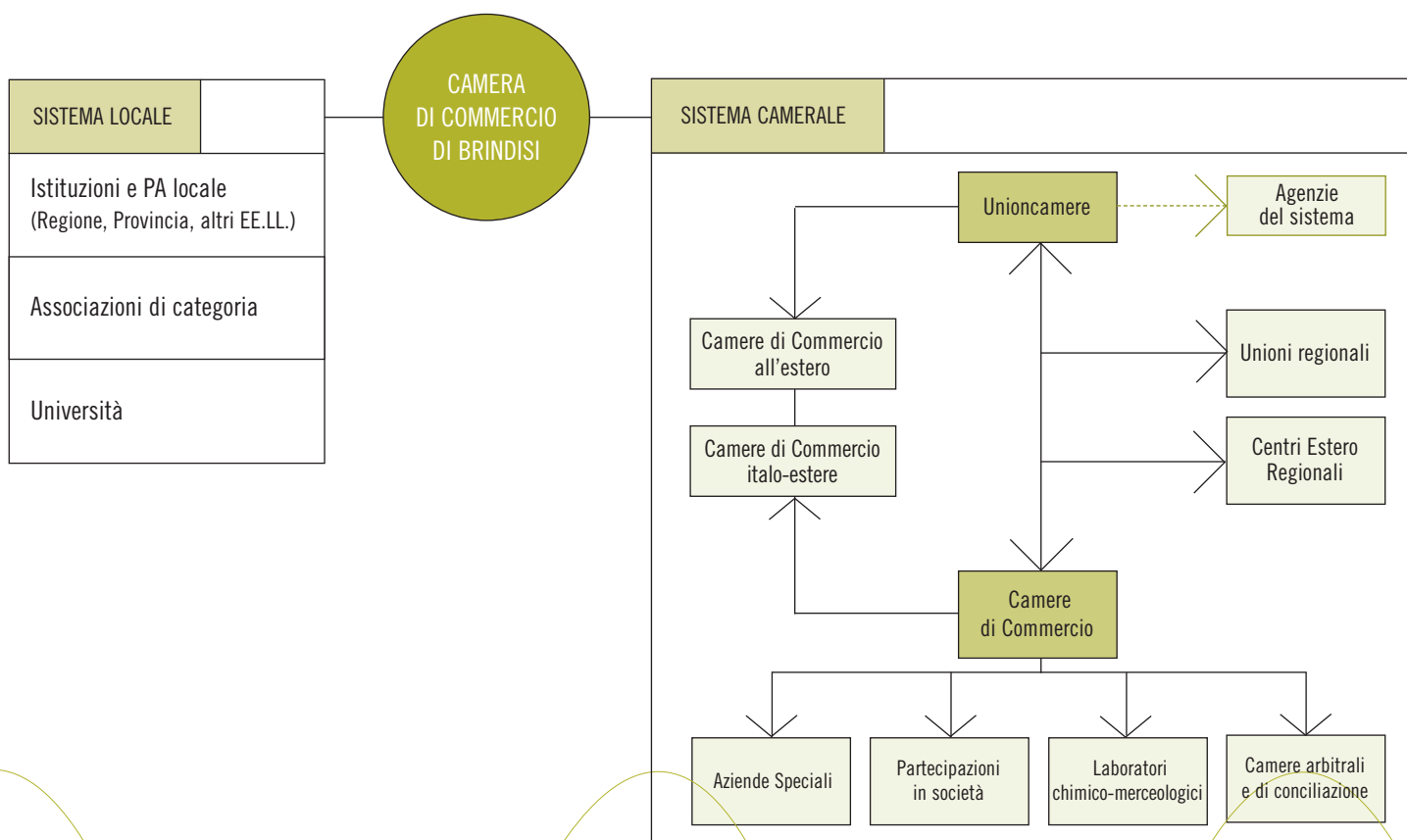
Studi e pubblicazioni realizzati dalla Camera di Commercio		
Argomento	Titolo	Anno
Rapporti sulla congiuntura	La congiuntura economica in Provincia di Brindisi	2005
	Giornata dell'Economia	2005-2006
	Rapporto sul valore aggiunto in Provincia di Brindisi	2006
Studi e ricerche	Studio di Paesi emergenti o di interesse per favorire l'export: Cina, Polonia, Slovenia	2005
	Osservatorio dell'economia in Provincia di Brindisi	2005-2006
	La Camera di Commercio tra storia ed economia	2006
	Bilancio sociale 2004-2005 della Camera di Commercio	2006
	Osservatorio turistico	2006
	Indagine conoscitiva sullo stato di salute delle imprese della Provincia di Brindisi	2006

Attività convegnistica promossa dalla Camera di Commercio	
Titolo	Anno
Aggiornamento riforma della scuola	2005
Comunicazione e Ambiente. Strumenti di Marketing e Sviluppo Territoriale	
Presentazione del libro "Le tessere e il mosaico - rimettere insieme la Puglia" di Gianfranco Viesti	
Diffondere la responsabilità sociale delle imprese	
Innovare, crescere, competere	
Incontro/seminario sulle opportunità di esportazione del "Made in Italy" in Giappone	
Forum sulla logistica - Ipotesi di sviluppo della piattaforma intermodale di Brindisi	
Il Mediterraneo dalla dichiarazione di Barcellona alla Politica di Prossimità	
Unione Europea e Turchia	
Social Responsibility - responsabilità sociale delle imprese	
Seminario "L'idrogeno: fattore di sviluppo locale. Polo energetico di Brindisi: dalla produzione alla ricerca"	2006
Iniziativa pubblica con il Sottosegretario di Stato al Ministero degli Interni per illustrare l'azione del Governo per il contrasto e la lotta al racket e l'usura	
Presentazione del libro "Mediterraneo del Nord un'altra idea del Mezzogiorno" di Nicola Rossi	
Alternanza e orientamento 2006	
Seminari per l'istituzione di un marchio collettivo per la coltura del carciofo	
Attività formativa IFTS "Corso per operatori esperti import-export"	
Tirocinio per l'alternanza "Un ponte tra la scuola e lavoro"	

I RAPPORTI ISTITUZIONALI E IL SISTEMA DI GOVERNO LOCALE

La Camera di Brindisi fa parte di una rete di relazioni istituzionali nell'ambito della quale elabora strategie e definisce interventi condivisi per favorire lo sviluppo del tessuto economico locale. La concertazione costituisce la modalità privilegiata di azione dell'Ente, in quanto ne potenzia l'azione e riduce la dispersione delle risorse. I rapporti di collaborazione che la Camera ha attivato coinvolgono sia i soggetti pubblici e privati del territorio, sia quelli che appartengono al Sistema camerale.

Il sistema di relazioni istituzionali della Camera di Commercio



LE INIZIATIVE CON GLI ATTORI LOCALI

L'Ente ha contribuito a promuovere la crescita del sistema economico provinciale agendo in sinergia con tutti i protagonisti dello sviluppo locale e condividendo con questi una strategia unitaria, per portare avanti una gestione integrata basata su una modalità negoziale. La Camera, in particolare, si fa portavoce di tutto il tessuto economico brindisino, intervenendo come soggetto politicamente neutrale, e quindi non influenzato dal mutare del contesto politico.

Nel corso del tempo la Camera ha potenziato le relazioni con i soggetti locali, sottoscrivendo accordi con le Istituzioni del territorio (Regione, Provincia e Comune), con le autonomie funzionali (Università), con altri soggetti pubblici (Agenzia delle Entrate, Questura) e privati. Ha inoltre ampliato la gamma dei propri referenti avviando collaborazioni anche con vari enti esteri, specialmente albanesi e greci.

La Camera è il Soggetto Responsabile del Patto Territoriale per l'Agricoltura della Provincia di Brindisi, a cui partecipano, tra gli altri, la Regione Puglia, il Ministero delle Attività Produttive, la Cassa Depositi e Prestiti e alcuni Istituti di credito. L'Ente ha gestito i rapporti tra i soggetti coinvolti e le attività di carattere procedurale e ha svolto un'attività di assistenza alle imprese che hanno beneficiato delle agevolazioni.

Ha stipulato una convenzione con la Provincia di Brindisi per l'emersione del lavoro non regolare, nell'ambito della quale le è stata affidata la realizzazione delle attività programmate dalla relativa Commissione istituita dalla Provincia.

In ambito accademico, la Camera ha sottoscritto un Accordo con la Provincia e il Comune di Brindisi, l'Autorità portuale, il Consorzio SISRI, l'Azienda ospedaliera "Di Summa" e l'Università di Bari per l'istituzione a Brindisi dei corsi di laurea in Economia aziendale e Informatica. In attuazione dell'Accordo, la Camera ha messo a disposizione una sede per il corso a distanza di informatica.

Ha sottoscritto un Protocollo d'Intesa anche con la Provincia e il Comune di Brindisi e l'Università di Lecce per l'attivazione del corso di laurea in Ingegneria gestionale con una specializzazione meccanica e aeronautica. Successivamente ha sottoscritto un ulteriore Protocollo di Intesa con gli stessi soggetti e con il Consorzio SISRI, finalizzato a creare un polo universitario brindisino con l'attivazione della Facoltà di Scienze sociali, politiche e ambientali dell'area euromediterranea e con l'istituzione del corso di studi in Ingegneria aerospaziale.

Nell'ambito del Tavolo tecnico con l'Università di Bari, il Politecnico di Bari, la Facoltà di Ingegneria dell'Università di Lecce, vari Enti Locali, la Provincia e il Comune di Brindisi, ha avanzato una proposta per istituire il corso di laurea in Enogastronomia, che prevede il coinvolgimento di varie facoltà.

Tra le iniziative che la Camera ha realizzato in collaborazione con gli altri soggetti del territorio, si elencano:

- > i progetti di cooperazione transfrontaliera: Mare delle Aquile sul turismo marino, Progetto Vlerat-Valori per valorizzare le risorse e le potenzialità albanesi;
- > il progetto Competitività territoriale e di sistema sulla rintracciabilità e l'etichettatura dei prodotti nel settore moda;
- > l'iniziativa Emersione del lavoro non regolare, finalizzato a ridurre il fenomeno in parola.

Strumenti di programmazione negoziale a cui partecipa la Camera di Commercio (protocolli d'intesa, accordi di programma, patti territoriali)		
Iniziativa	Promotori	Firmatari
Patto Territoriale per l'Agricoltura	Camera di Commercio (soggetto responsabile)	Vari
PIC Interreg IIIA Italia-Albania Progetto COMESE per l'internazionalizzazione delle PMI brindisine e albanesi	Partenariato di vari enti italiani e albanesi	Partenariato di vari enti italiani e albanesi
Protocollo di Intesa del 21 marzo 2005 per l'attivazione del corso di laurea in ingegneria gestionale nel territorio brindisino	Camera di Commercio, Comune e Provincia di Brindisi	Provincia e Comune di Brindisi, Facoltà di Ingegneria dell'Università di Lecce Camera di Commercio di Brindisi
Protocollo del 14 novembre 2005 per l'istituzione a Brindisi delle facoltà di Scienze Politiche e Sociali del Mediterraneo e di Ingegneria	Provincia, Comune e Camera di Commercio di Brindisi	Provincia, Comune e Camera di Commercio di Brindisi, AUSL di Brindisi, SISRI e Università di Lecce
PIC Interreg IIIA Grecia-Italia Presentazione di otto progetti sulle misure 3.1, 3.2, 2.1, 2.2, 1.1	Partenariato di vari enti italiani e greci	Partenariato di vari enti italiani e greci

Progetti e iniziative realizzate in collaborazione con altri enti		
Iniziativa/progetto	Enti promotori	Enti coinvolti
Protocollo di intesa per la concessione in comodato della scuola elementare "Ugo Foscolo"	Comune e Camera di Commercio di Brindisi	Comune e Camera di Commercio di Brindisi
Orientamento e lavoro	CSA e Amministrazione Provinciale	Istituzioni scolastiche, Comuni
Progetto <i>Centro servizi per il tessile abbigliamento</i>	Camera di Commercio di Bari	Camere di Commercio di Bari, Lecce, Brindisi, Foggia, Università di Bari
Salone dello studente Campus Orienta	Campus Editori s.r.l. e CSA di Brindisi	Enti Locali, scuole
Protocollo di intesa <i>Fisco e Scuola-dovere fiscale, morale e civico di solidarietà e legalità</i>	Agenzia delle Entrate di Brindisi	CSA, Camera di Commercio di Brindisi, Arcidiocesi, ordini professionali
Iniziativa <i>Negozi sicuro città di Brindisi</i>	Questura di Brindisi	Istituzioni locali e Associazioni di categoria

#### LA CAMERA DI COMMERCIO NEL SISTEMA CAMERALE

La Camera di Brindisi è parte integrante del Sistema camerale, una rete che favorisce la condivisione del *know how* e delle competenze per realizzare iniziative progettuali congiunte che le singole realtà camerali non potrebbero realizzare singolarmente. Queste attività si caratterizzano per un profilo di innovatività e riguardano i principali ambiti di interesse per il sistema economico e produttivo della Provincia, come l'internazionalizzazione, l'innovazione, la qualificazione delle risorse umane, la valorizzazione delle produzioni locali.

La funzione di promozione del territorio attribuita alla Camera è stata agevolata e potenziata grazie alla possibilità di accedere al Fondo di Perequazione, alimentato da tutte le Camere di Commercio e gestito a livello nazionale da Unioncamere. L'Ente brindisino ha realizzato 17 progetti finanziati dal Fondo di Perequazione.

Tra le iniziative più rilevanti che la Camera di Brindisi ha realizzato nell'ambito del Sistema camerale, sono da segnalare:

- > il processo di telematizzazione dei servizi, che ha introdotto la firma digitale e ha portato all'adozione di vari strumenti per semplificare l'espletamento delle procedure amministrative a carico delle imprese;
- > lo Sportello per l'internazionalizzazione, che fa parte della rete nazionale Globus e offre assistenza alle imprese nel processo di internazionalizzazione;
- > le Banche dati camerali per l'informazione economica predisposte nell'ambito del Sistema camerale (Movimprese, MUDA, etc.);
- > l'assegnazione dei marchi di qualità alle imprese del settore turistico, in collaborazione con l'agenzia del Sistema camerale ISNART;
- > l'Osservatorio Economico Provinciale, che analizza il livello di innovazione e competitività del sistema economico locale.



### I soggetti del Sistema camerale

Il Sistema camerale si configura come una rete composta da 103 Camere di Commercio, una per ciascuna Provincia, 134 Aziende speciali e 158 sedi distaccate, l'Unione nazionale (Unioncamere), le 19 Unioni Regionali e le 2 Unioni Interregionali, i 18 Centri Esteri Regionali, le numerose agenzie nazionali specializzate, le 71 Camere di Commercio italiane all'estero, le 29 Camere di Commercio italo-estere, le 1.412 società e consorzi in partecipazione con altri soggetti pubblici e privati.

L'Unioncamere ha la rappresentanza del Sistema camerale e promuove i rapporti con le altre Istituzioni di livello internazionale, nazionale e locale. Coordina l'azione delle Camere di Commercio e realizza interventi a favore di queste e delle imprese, coordina studi e ricerche, istituisce osservatori nazionali, sviluppa iniziative per l'internazionalizzazione dell'economia italiana, avvalendosi anche delle proprie società specializzate.

Le **Unioni Regionali delle Camere di Commercio** sono associazioni private che rappresentano le Camere di Commercio di uno stesso ambito regionale, ne coordinano le attività e i programmi, analizzano le problematiche comuni, promuovono iniziative congiunte. Forniscono supporto allo sviluppo economico regionale, realizzano indagini, rilevazioni, studi e pubblicazioni, gestiscono i rapporti con le Regioni e con le loro strutture di servizio.

I **Centri Regionali per il Commercio Estero** supportano il processo di internazionalizzazione delle imprese favorendo l'instaurazione e il consolidamento dei rapporti commerciali con le imprese straniere, promuovendone la partecipazione a fiere e mostre internazionali e a missioni all'estero, ospitando delegazioni straniere.

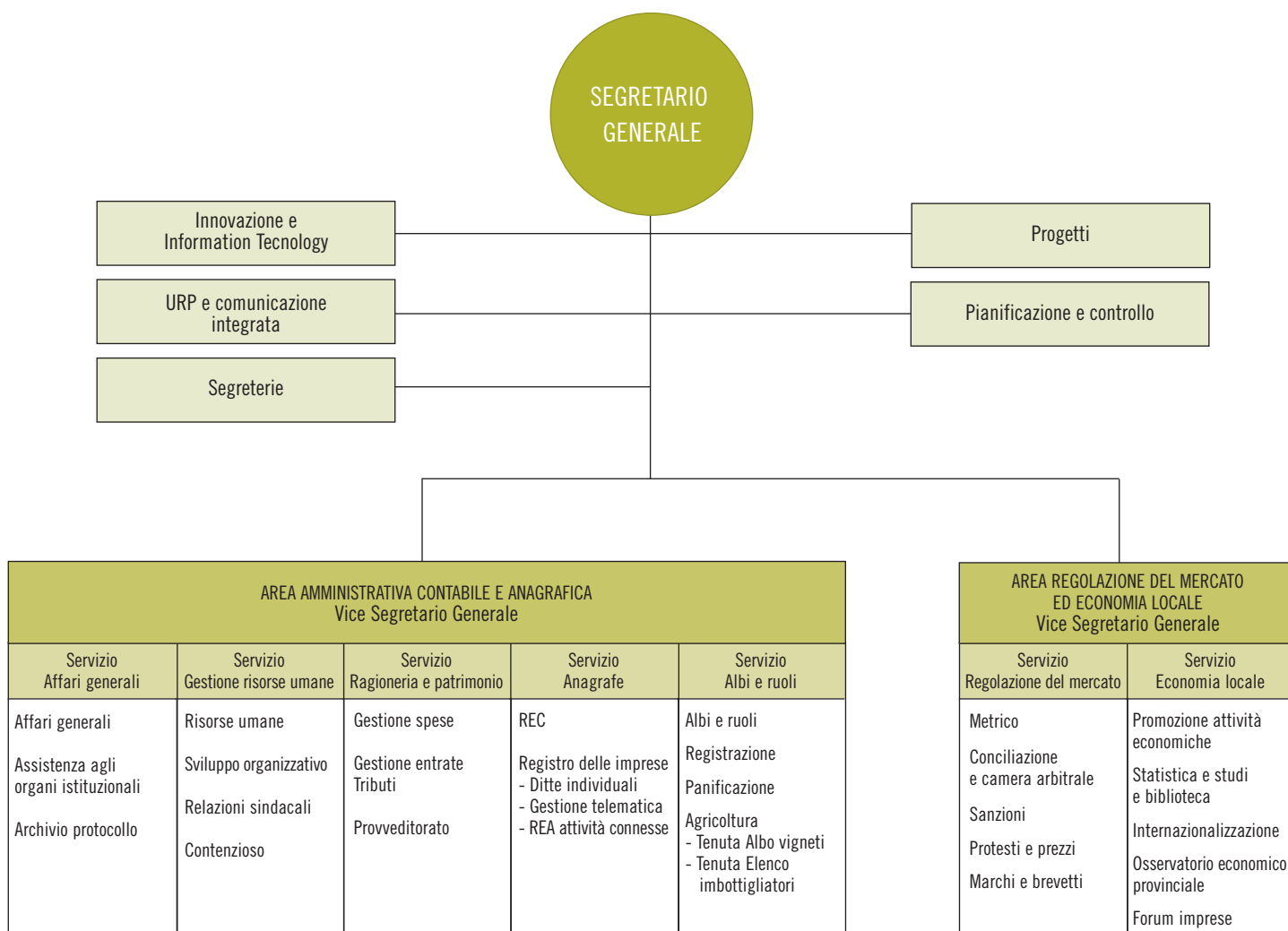
Le **Camere di Commercio italiane all'estero** sono associazioni a carattere volontario di operatori e imprese con sede nelle principali città del mondo e hanno la finalità di agevolare le relazioni economiche con le imprese straniere interessate al mercato e alle produzioni italiane. Le Camere di Commercio italo-estere realizzano attività e offrono servizi per favorire l'ingresso delle imprese italiane sui mercati esteri e viceversa.

I RAPPORTI ISTITUZIONALI E IL SISTEMA DI GOVERNO LOCALE

Una efficiente organizzazione interna, la valorizzazione delle risorse umane e una adeguata formazione contribuiscono a garantire il buon andamento dell'Ente e l'erogazione di servizi in grado di soddisfare le esigenze dell'utenza.

La struttura organizzativa della Camera vede la presenza di due aree *in line*, di cui una si occupa dei servizi di *back office* e dei servizi amministrativi, e l'altra della regolazione del mercato e delle attività promozionali. L'Ente dispone inoltre di 5 uffici in staff al Segretario generale, che danno maggiore flessibilità alla struttura, assicurandone il buon andamento.

Organigramma della Camera di Commercio di Brindisi



LE CARATTERISTICHE DELLE RISORSE UMANE

La composizione dell'organico della Camera di Commercio e delle Aziende speciali si caratterizza per una sostanziale stabilità: le risorse impiegate presso l'Ente sono 52 e 10 quelle complessivamente operanti nelle due Aziende speciali. A fronte di una cessazione dal servizio per raggiunti limiti di età, l'Ente ha reintegrato il proprio organico con una assunzione per concorso.

Tutto il personale è assunto con contratto a tempo indeterminato: l'Ente non ha dunque fatto ricorso alle forme contrattuali atipiche. È abbastanza limitato il ricorso al part time, essendo solo 4 i dipendenti che se ne sono avvalsi.

Il Segretario Generale è l'unico dirigente; la metà degli impiegati è inquadrato nel profilo C e un quarto nel profilo D. Presso ISFORES i dipendenti sono inquadrati nei livelli contrattuali più elevati, mentre le due risorse di Promobrindisi rientrano in quelli più bassi.

## Composizione del personale per tipologia contrattuale (2005-2006)

		A tempo indeterminato		Totale
		full time	part time	
2005	CdC	49	3	52
	ISFORES	8	-	8
	PROMOBRINDISI	2	-	2
	<b>TOTALE</b>	<b>59</b>	<b>3</b>	<b>62</b>
2006	CdC	48	4	52
	ISFORES	8	-	8
	PROMOBRINDISI	2	-	2
	<b>TOTALE</b>	<b>58</b>	<b>4</b>	<b>62</b>

## Composizione del personale per qualifica professionale (2005-2006)

		2005	2006
CdC	Dirigenti	1	1
	Impiegati	51	51
	<b>TOTALE</b>	<b>52</b>	<b>52</b>
ISFORES	Totale Personale	8	8
PROMOBRINDISI	Totale Personale	2	2

## Ripartizione del personale per profilo professionale (2005-2006)

			2005	2006
CdC	Impiegati	Profilo A	5	5
		Profilo B	5	6
		Profilo C	27	27
		Profilo D	14	13
	Dirigenti		1	1
	<b>TOTALE</b>	<b>52</b>	<b>52</b>	
ISFORES	Impiegati	Livello 4	-	-
		Livello 3	-	-
		Livello 2	3	3
		Livello 1	5	5
	<b>TOTALE</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	
PROMOBRINDISI	Impiegati	Livello 4	1	1
		Livello 3	1	1
		Livello 2	-	-
		Livello 1	-	-
	<b>TOTALE</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	
<b>TOTALE GENERALE</b>			<b>62</b>	<b>62</b>

La composizione del personale per genere vede nella Camera un perfetto equilibrio fra uomini e donne, mentre presso le Aziende speciali si registra una prevalenza delle presenze femminili. Un terzo del personale impiegato presso la Camera e le Aziende speciali ha un'anzianità di servizio compresa tra i 16 e i 20 anni, 14 dipendenti hanno un'anzianità inferiore a 5 anni o superiore ai 26 anni. Le classi di età più consistenti sono quelle comprese tra i 40 e i 44 anni e tra i 50 e i 60, con un'età media più elevata presso la Camera (48 anni) e piuttosto bassa presso Promobrindisi. I due terzi del personale è in possesso del diploma di scuola media superiore e un quinto è laureato.

Composizione del personale per genere (2005-2006)						
	2005			2006		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
CdC	26	26	52	26	26	52
ISFORES	5	3	8	5	3	8
PROMOBRINDISI	2	-	2	2	-	2

Composizione del personale per anzianità di servizio (2005-2006)											
		0-5	6-10	11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	> 40	TOTALE
2005	CdC	11	-	8	12	2	9	8	-	2	52
	ISFORES	-	-	-	3	-	5	-	-	-	8
	PROMOBRINDISI	2	-	-	-	-	-	-	-	-	2
	<b>TOTALE</b>	<b>13</b>	<b>-</b>	<b>8</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>14</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>62</b>
2006	CdC	12	-	2	18	2	9	8	-	1	52
	ISFORES	-	-	-	3	-	5	-	-	-	8
	PROMOBRINDISI	2	-	-	-	-	-	-	-	-	2
	<b>TOTALE</b>	<b>14</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>2</b>	<b>14</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>62</b>

Composizione del personale per classi di età (2005-2006)											
		25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	oltre 65	TOTALE
2005	CdC	1	5	7	12	1	11	8	6	1	52
	ISFORES	-	-	-	1	4	2	1	-	-	8
	PROMOBRINDISI	-	1	1	-	-	-	-	-	-	2
	<b>TOTALE</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>13</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>62</b>
2006	CdC	1	5	5	11	4	9	9	7	1	52
	ISFORES	-	-	-	1	3	2	2	-	-	8
	PROMOBRINDISI	-	1	-	1	-	-	-	-	-	2
	<b>TOTALE</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>7</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>62</b>

Età media delle risorse umane (2005-2006)		
		Età media
2005	CdC	47
	ISFORES	43
	PROMOBRINDISI	36
2006	CdC	48
	ISFORES	44
	PROMOBRINDISI	37

Composizione del personale per titolo di studio (2005-2006)		Scuola dell'obbligo	Scuola media superiore	Laurea	TOTALE
2005	CdC	8	34	10	52
	ISFORES	-	6	2	8
	PROMOBRINDISI		2	-	2
	<b>TOTALE</b>	<b>8</b>	<b>42</b>	<b>12</b>	<b>62</b>
2006	CdC	7	35	10	52
	ISFORES	-	6	2	8
	PROMOBRINDISI	-	2	-	2
	<b>TOTALE</b>	<b>7</b>	<b>43</b>	<b>12</b>	<b>62</b>

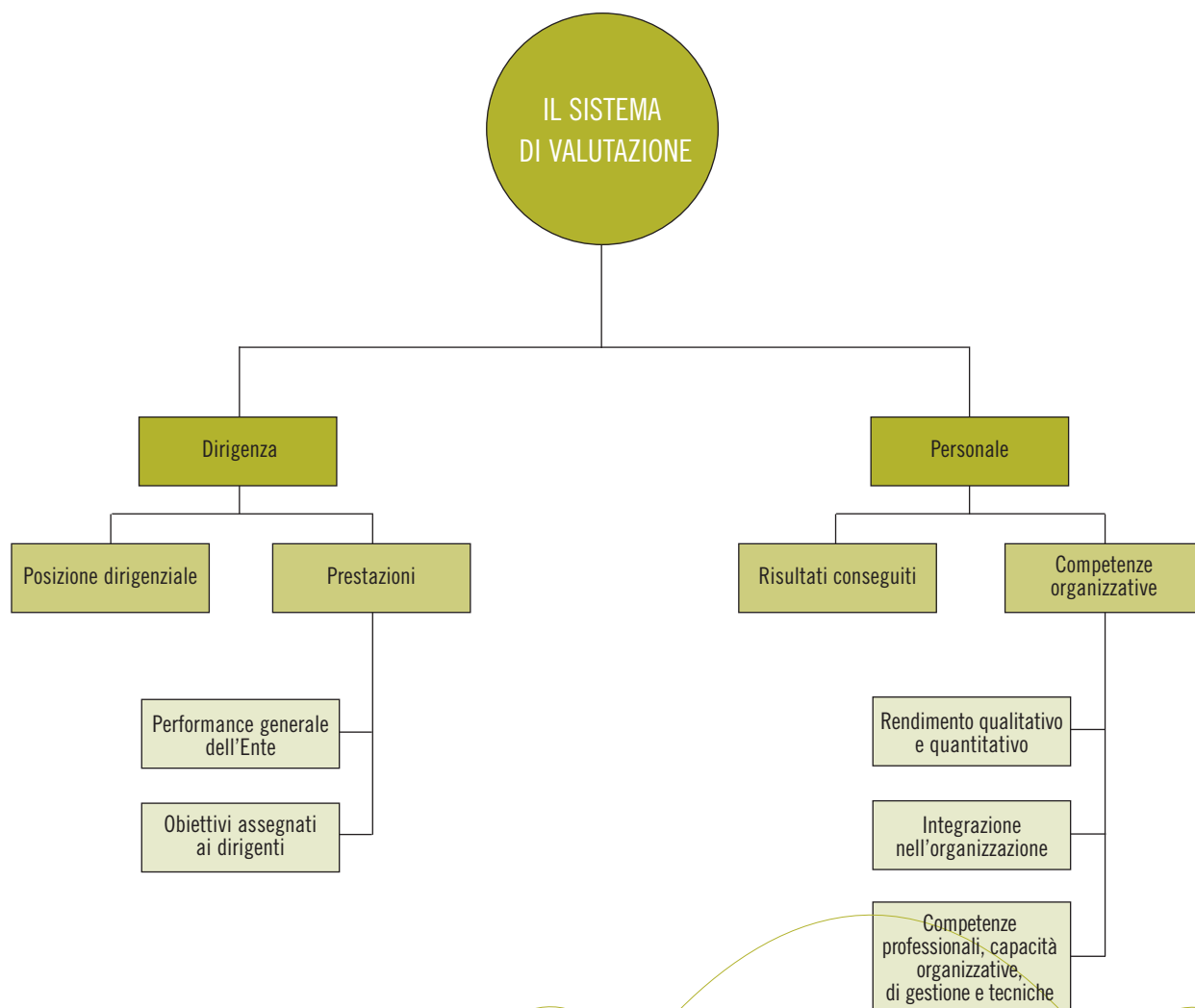
#### LA GESTIONE E LA VALORIZZAZIONE DEL PERSONALE CAMERALE

Il sistema di valutazione della dirigenza adottato dalla Camera permette di orientare la gestione verso criteri di economicità, efficienza ed efficacia. È infatti incentrato sull'analisi delle responsabilità affidate al dirigente e dei risultati che questi ha conseguito in termini di prestazioni, competenze e capacità.

La Camera dispone anche di un sistema di valutazione del personale, introdotto nel 2005 per migliorare la qualità dei servizi resi all'utenza e la produttività delle risorse umane. La valutazione prende in esame il grado di raggiungimento degli obiettivi assegnati dalla dirigenza e la capacità del dipendente di svolgere il proprio ruolo in modo efficace e responsabile.

Connessi al sistema di valutazione sono l'assegnazione dei compensi per la produttività e il riconoscimento delle progressioni orizzontali delle carriere. L'assegnazione dei compensi è determinata per il 70% in base all'apporto individuale, ossia ai risultati ottenuti, e per il 30% in base all'apporto funzionale (presenza in servizio e categoria professionale di appartenenza). Le progressioni orizzontali riguardano il riconoscimento di un più elevato compenso economico all'interno della medesima categoria professionale di appartenenza.

## Il sistema di valutazione della dirigenza e del personale della Camera



Un altro importante strumento a disposizione della Camera per valorizzare i dipendenti e accrescere l'efficacia, l'efficienza e la trasparenza dell'azione amministrativa, è la formazione. Ogni anno il Segretario Generale pianifica l'attività, individuando le priorità, mentre i capi settore predispongono appositi piani di formazione, riqualificazione e aggiornamento professionale per le risorse assegnate loro. La Camera destina annualmente alle attività formative non meno dell'1% della spesa e una parte di queste risorse viene accantonata per fronteggiare eventuali esigenze formative future dovute all'introduzione di procedure o leggi non previste.

Nel 2006 il Segretario Generale ha partecipato allo Study Tour “Digital government: bilanciare investimenti in tecnologia, cambiamento organizzativo e stabilità delle Istituzioni pubbliche”, organizzato da Unioncamere nell’ambito del programma di formazione rivolto all’alta direzione delle Camere di Commercio. L’evento formativo si è incentrato su una visita in Svezia per prendere visione del sistema tecnologico del Paese, che risulta essere particolarmente all’avanguardia.

La maggior parte dei dipendenti ha partecipato a giornate formative, che hanno riguardato principalmente l’area giuridica e normativa (13 corsi a cui hanno partecipato 17 persone), quella tecnico-specialistica, ossia le tematiche connesse con le funzioni dell’Ente (9 partecipanti per 16 giornate) e l’area informativa e telematica (6 giornate per 6 persone).

Dati sui corsi di formazione del personale interno nel biennio (2005-2006)			
Anno	N. Partecipanti	N. Giornate	N. Corsi
2005	39	130	38
2006	38	53	32

Valori relativi all’elaborazione dei dati della formazione interna nel biennio (2005-2006)		
Anno	Media giornate per partecipante (*)	Media giornate per corso (**)
2005	3,33	3,42
2006	1,39	1,65

(\*): N. Giornate / N. Partecipanti

(\*\*): N. Giornate / N. Corsi

#### LA COMUNICAZIONE ESTERNA E INTERNA

Una comunicazione efficace contribuisce ad accrescere la visibilità della Camera presso l’utenza e a renderla riconoscibile quale Istituzione pubblica deputata a operare sul territorio a sostegno del sistema economico e produttivo locale. Permette inoltre di far conoscere in modo tempestivo i servizi offerti e le iniziative realizzate a favore delle imprese, potenziando in tal modo la trasparenza sulle attività, migliorando l’immagine e rafforzando i rapporti con i mezzi di comunicazione.

La Camera ha realizzato un’analisi di scenario per valutare la percezione e il grado di soddisfazione dell’utenza. Sono state coinvolte 1.000 imprese e 400 utenti abituali degli sportelli, oltre ai presidenti di tutte le Associazioni di categoria, ed è stato sottoposto loro un questionario. Sulla base delle risultanze emerse, la Camera potrà valutare eventuali azioni di miglioramento dei servizi.

Il sito internet è in fase di ristrutturazione sia nella veste grafica sia nei contenuti, per renderlo più fruibile e per ampliare l’offerta dei servizi accessibili *on line*. È possibile scaricare la modulistica e accedere ai servizi informativi e alle news; inoltre il sito dell’Ente è integrato con quelli delle due Aziende speciali. Infine, sui siti di tutti gli Enti pubblici della Provincia è stato inserito un link che rinvia al sito della Camera.

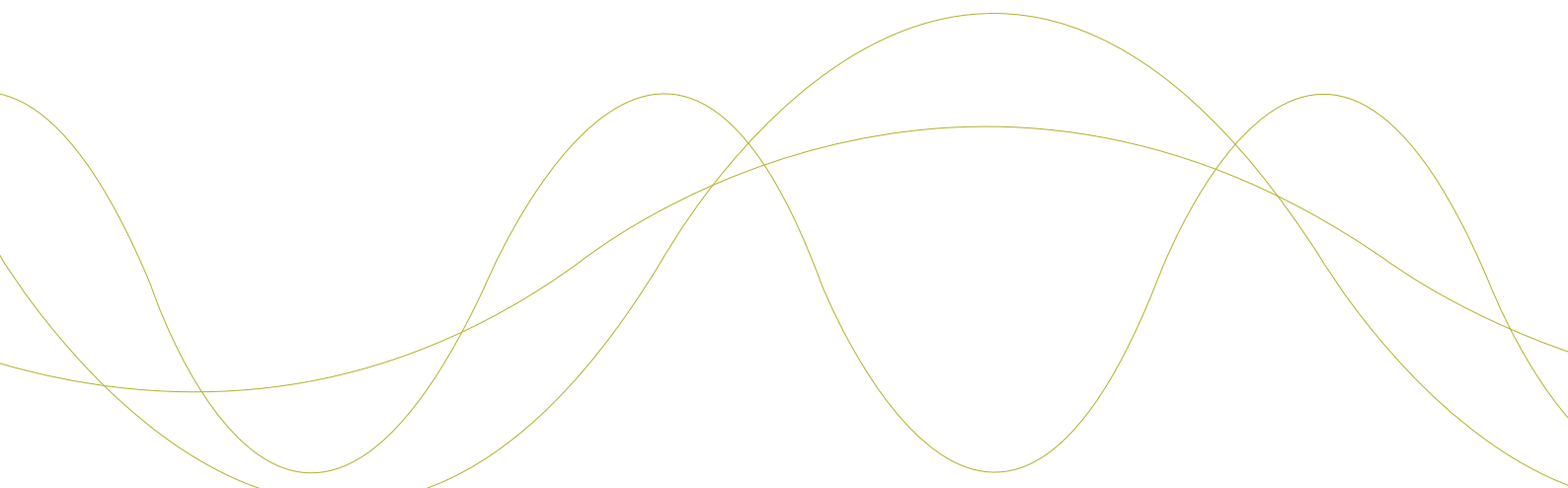
L'Ente ha pubblicizzato le proprie attività attraverso conferenze stampa e comunicati stampa. Questi ultimi sono stati pubblicati su 39 testate economiche, tra nazionali e locali, e sono stati diffusi su tre emittenti televisive regionali. L'Ente ha pubblicizzato sulla stampa anche i bandi, le iniziative, le fiere e le manifestazioni che ha promosso. Ha rinnovato la convenzione con le due emittenti televisive locali (Puglia Tv e TRCB) per rilanciare il ruolo dell'Ufficio Stampa e delle comunicazioni camerali.

L'Ente infine ha attivato un call center che eroga un servizio informativo sui servizi offerti. Ha inoltre realizzato un cd multilingue sulla Provincia di Brindisi per promuovere il territorio nelle manifestazioni a cui partecipano la Camera stessa o le imprese locali. La Camera ha innovato anche il modo di presentarsi all'esterno: ha adottato il **nuovo logo camerale**, che identifica in modo unitario le attività e le comunicazioni dell'Ente, contribuendo a dare loro maggiore visibilità e continuità nel tempo. L'Ente ha ricevuto 99 proposte nell'ambito del concorso di idee che ha bandito nel 2004 e il logo è stato scelto dalla Giunta tra i 3 selezionati dalla Commissione di valutazione. Il nuovo marchio raffigura un quadrato che racchiude al suo interno un timone stilizzato, richiamo del Monumento al Marinaio d'Italia di Brindisi. Si tratta di un elemento grafico facilmente riconoscibile, in grado di comunicare ordine, precisione ed efficienza e quindi qualità. Il simbolo è integrato con il segno identificativo del Sistema camerale, composto dalla "C" di Camere di Commercio e dalla "I" di Italia, che si fondono formando un contenitore dinamico che richiama la prua di una nave. Il brand di Sistema promosso dall'Unioncamere nazionale ha infatti voluto creare un segno di riconoscimento comune a tutti i soggetti della rete, che colleghi idealmente le diverse realtà territoriali, pur nel rispetto delle peculiarità delle varie componenti.

Le nuove modalità di comunicazione hanno interessato anche gli Organi istituzionali dell'Ente. Le convocazioni della Giunta e del Consiglio sono state infatti effettuate anche attraverso la posta elettronica certificata.

La Camera ha attivato il database di **CRM - Customer Relationship Management**, finalizzato a introdurre un sistema di gestione della comunicazione con i clienti orientato all'innovazione tecnologica e alla fidelizzazione dell'utenza. Nel database sono stati profilati i nominativi delle imprese e degli utenti che hanno partecipato alle iniziative della Camera o che hanno usufruito dei suoi servizi, in modo da poter attivare nei loro confronti strategie di comunicazione mirate e differenziate.

Sul fronte della comunicazione interna, la Camera ha reso disponibile e facilmente accessibile ai dipendenti tutta la modulistica necessaria per la richiesta delle ferie e di giorni di malattia, per la richiesta di permessi, per il posticipo della pausa mensa, per le comunicazioni di mancata timbratura, per le missioni e così via.





## IL DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER

La Camera di Brindisi ha arricchito la seconda esperienza di Bilancio sociale con l'ascolto degli stakeholder, al fine di instaurare con essi un dialogo bidirezionale, dall'Ente verso gli interlocutori sociali e viceversa. Ciò ha permesso alla Camera di valutare la percezione degli stakeholder sulle proprie attività e servizi e di ricevere indicazioni utili per ridefinire le strategie e gli obiettivi. Sono state realizzate 4 interviste a esponenti degli Ordini professionali, che hanno messo in evidenza la necessità di potenziare il ruolo di governance della Camera rispetto agli altri attori locali, per diffondere la cultura della rete e intraprendere azioni congiunte di riqualificazione del territorio. È stata peraltro evidenziata la necessità di creare una rete veloce e dinamica, ossia che possa contare sull'apporto di tutti i partecipanti. La telematizzazione ha ottenuto un riscontro positivo, ma si avverte l'esigenza di svilupparla ulteriormente, tanto sul fronte delle funzioni amministrative che su quello delle attività promozionali.

Intervista a: **Giampaolo Zeni** – Presidente dell'Ordine dei dottori commercialisti e Professore dell'Università degli Studi di Brindisi

## Governance del territorio e telematizzazione dei servizi

Nella Provincia di Brindisi le criticità sono insite nel territorio. Le infrastrutture sono poco competitive rispetto a quelle delle altre realtà pugliesi, anche a causa di una scarsa propensione all'innovazione. Ad esempio, il traffico del porto è inferiore a quello di Bari e manca un raccordo tra i voli charter e i flussi turistici. Un altro elemento di debolezza è la scarsa incidenza percentuale delle forme societarie: gli imprenditori tendono a non cogliere l'opportunità offerta dal ricorso alle forme giuridiche più strutturate, probabilmente anche a causa di una mentalità imprenditoriale ancora piuttosto chiusa.

Per intervenire su questi fattori di debolezza, è necessario che tutti gli Enti Pubblici del territorio agiscano in una logica di sistema e creino sinergie. Ma non basta essere collegati. È necessario anche essere dinamici, affinché ciascuno possa dare il proprio contributo allo sviluppo economico della Provincia. La Camera di Commercio, in qualità di Ente che agisce in rappresentanza di tutte le imprese, può svolgere un ruolo propulsivo, dialogando in modo proficuo con le altre Istituzioni del territorio. Ritengo che la Camera debba essere più dinamica e debba potenziare ulteriormente la sinergia con i soggetti locali. Un partner può essere l'Università, che, sebbene di recente attivazione, costituisce un importante fattore di crescita per la Provincia. Questa, la Camera, le Associazioni di categoria e gli Ordini professionali hanno programmato un monitoraggio del sistema produttivo locale finalizzato a individuare i punti di forza e le criticità del tessuto economico locale.

L'Ente camerale potrebbe stimolare la diffusione di una mentalità imprenditoriale aperta attraverso l'organizzazione di convegni programmati, frutto di una pianificazione congiunta con gli altri attori locali. O ancora, potrebbe promuovere, di concerto con l'Università e gli Ordini professionali, una serie di incontri e convegni informativi sulle opportunità offerte dalle forme societarie. Dovrebbe anche sviluppare e migliorare il sistema telematico al di là dei servizi amministrativi. La telematizzazione consente infatti di sostenere l'innovazione e l'internazionalizzazione fornendo in tempo reale tutte le informazioni utili sui prodotti, mercati, fiere, e permette di creare una rete di collegamenti, ben funzionante e veloce, tra tutte le Istituzioni, per agevolare la circolazione delle informazioni.

Sul piano operativo, suggerisco alla Camera di:

- > sostenere i settori trainanti (viticivinicolo, aeronautico, turismo, manifatturiero) e le tipicità produttive, anche favorendo la costituzione dei Consorzi, che tutelano i prodotti locali e rafforzano le imprese che ne fanno parte;
- > potenziare ulteriormente la telematizzazione nel Registro delle Imprese, rendendo ancora più snello l'invio delle pratiche;
- > valorizzare di più la conciliazione e l'arbitrato, per ridurre il ricorso alla giustizia ordinaria;
- > estendere la rilevazione dei listini a tutti i prezzi, non solo a quelli petroliferi, affinché anche gli studi di settore possano essere calcolati in modo più preciso, tenendo conto delle specificità del territorio.

Intervista a: **Fortunato Carluccio** – Presidente del Collegio dei ragionieri

#### Governance del territorio e telematizzazione dei servizi

Alla Camera di Commercio è attribuito un ruolo determinante, perché è l'unica Istituzione che rappresenta tutte le imprese del territorio. L'Ente brindisino dovrebbe rafforzare la partecipazione alla vita delle imprese, intervenendo a sostegno del tessuto economico locale, sia autonomamente sia in sinergia con le altre Istituzioni. È necessario che assuma una funzione non solo amministrativa, ma anche di promozione, di intervento e di coordinamento con le altre Pubbliche Amministrazioni. Deve coalizzarsi con le altre Istituzioni del territorio e con le Associazioni di categoria per creare una rete funzionante e per portare avanti progetti condivisi. La condivisione deve riguardare anche le azioni concrete, non solo i programmi. In ambito promozionale, un compito importante consiste nella valorizzazione dei prodotti tipici, in Italia e all'estero, nonché nell'intervento per frenare la diffusione della grande distribuzione, che danneggia le PMI.

Riguardo alla telematizzazione, la fase iniziale è stata difficile, a causa di alcuni disguidi, ma adesso i problemi sono quasi completamente risolti. I vantaggi riguardano soprattutto i professionisti: sono questi a interfacciarsi con la Camera, al posto degli imprenditori. Sono poche le imprese che hanno una struttura tale da poter utilizzare autonomamente gli strumenti telematici e relazionarsi direttamente con l'Ente. Ritengo che la telematizzazione debba essere estesa ad altri servizi, ad esempio alla riscossione del diritto annuale.

Intervista a: **Marco Botrugno** – Presidente dei Giovani Dottori commercialisti

#### Orientamento all'imprenditorialità e telematizzazione dei servizi

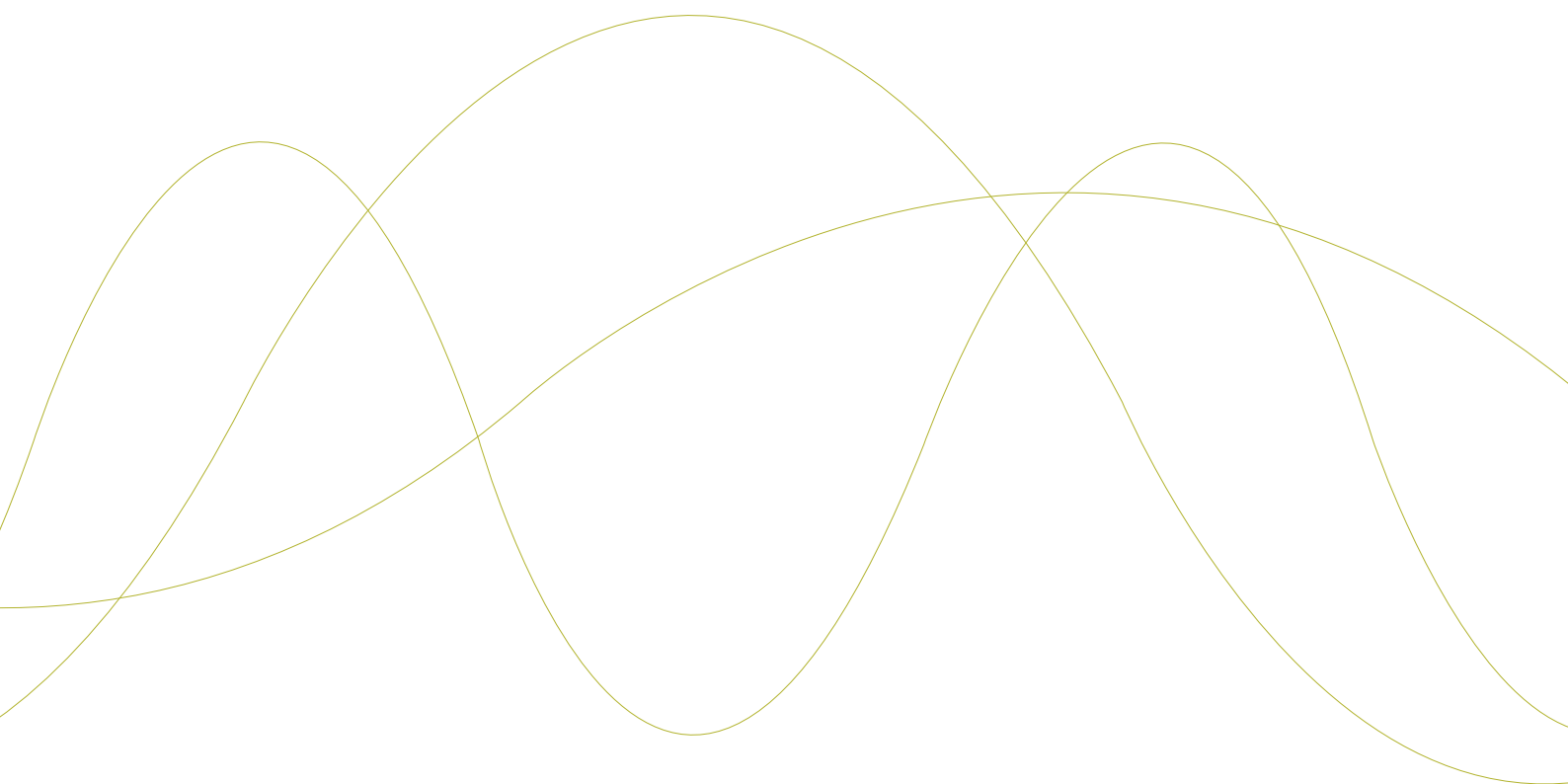
La Camera di Commercio svolge un ruolo di primo piano per creare e sviluppare la cultura d'impresa, sia nella fase di *start up* che in quella di consolidamento. Il tessuto economico della Provincia di Brindisi, costituito prevalentemente da piccole e micro imprese, ne ha bisogno. L'Ente deve però potenziare la comunicazione: sono state realizzate molte iniziative significative, ma non sono state comunicate adeguatamente. Al contrario, la Camera di Commercio deve far conoscere i servizi che è in grado di offrire e le iniziative che realizza, anche attraverso il canale dei professionisti, che sono gli interlocutori privilegiati delle imprese.

La telematizzazione ha rappresentato una vera e propria rivoluzione ed è stato un successo, anche grazie alla sinergia che la Camera ha instaurato con gli Ordini professionali e i Sindacati. L'Ente camerale sta portando avanti una buona governance del territorio e negli ultimi tempi la sta ulteriormente rafforzando grazie al rapporto con l'Università. Questa modalità di relazionarsi con i soggetti del territorio deve essere esportata anche in altri ambiti di attività. Per il futuro un altro settore di intervento importante è il potenziamento della conciliazione, che, anche alla luce della riforma del diritto societario, rappresenta una buona opportunità, ma ancora poco conosciuta e poco sfruttata.

Intervista a: **Benedetto Petrachi** – Notaio

### Telematizzazione dei servizi

La Camera di Commercio è un Ente importante per la mia attività e vi intrattengo rapporti quotidiani. Negli ultimi 2-3 anni, grazie alla telematizzazione, la qualità dei servizi è migliorata e i tempi per l'espletamento delle pratiche sono diventati più brevi. Ancora oggi, talvolta gli uffici camerali sono affollati, ma credo che sia un fatto normale: in definitiva i tempi di attesa sono buoni e non ci sono disservizi. Solo nella fase di avvio della telematizzazione – periodo peraltro abbastanza breve – c'è stato un certo sovraccarico di lavoro. La Camera svolge in modo proficuo le proprie funzioni anche in ambito promozionale, organizzando incontri, dibattiti, manifestazioni per dare impulso al settore turistico e alle produzioni tipiche, soprattutto olio e vino.





La terza parte del Bilancio sociale analizza le ricadute economiche che la Camera di Commercio produce, con le proprie attività, a favore delle varie categorie di stakeholder. Il parametro di riferimento è il Valore aggiunto, che viene determinato attraverso una metodologia articolata come segue:

- > la riclassificazione del Conto economico consolidato della Camera di Commercio e delle due Aziende speciali;
- > la predisposizione di due prospetti tra loro bilancianti: il prospetto di produzione del Valore aggiunto, che evidenzia le modalità attraverso cui l'Ente ha generato la ricchezza, e il prospetto di distribuzione del Valore aggiunto, che illustra come la ricchezza è stata ripartita tra gli stakeholder.

Il Conto economico consolidato viene determinato sommando le rispettive voci del bilancio di esercizio della Camera e delle Aziende speciali, al netto dei trasferimenti dalla prima alle seconde. Questi, che sono riportati come costi nel bilancio della Camera e come ricavi nel bilancio delle Aziende speciali, costituiscono infatti delle duplicazioni.

Nel 2006 l'Ente ha conseguito un risultato economico negativo pari a oltre 4 milioni di euro, ascrivibile principalmente a un accantonamento di 4,5 milioni di euro al fondo svalutazione crediti, resosi necessario a causa dell'adozione del nuovo regolamento di contabilità. Trattandosi di un'operazione straordinaria dettata da una disposizione normativa, e pertanto estranea al consueto processo di produzione e distribuzione del Valore aggiunto, tale accantonamento non sarà preso in considerazione nella presente analisi<sup>1</sup>.

Valori principali del conto economico consolidato della Camera di Commercio di Brindisi		
	2005	2006
Proventi Gestione corrente CdC	7.146.684	7.613.354
Proventi Gestione corrente AS	540.855	744.239
<b>TOTALE PROVENTI GESTIONE CORRENTE</b>	<b>7.687.539</b>	<b>8.357.593</b>
Oneri Gestione corrente CdC	-5.076.603	-6.337.397
Oneri Gestione corrente AS	-846.222	-987.264
<b>TOTALE ONERI GESTIONE CORRENTE</b>	<b>-5.922.825</b>	<b>-7.324.661</b>
<b>RISULTATO GESTIONE CORRENTE</b>	<b>1.764.714</b>	<b>1.032.932</b>
Saldo poste straordinarie (CdC + AS)	-11.360	-44.621
Ammortamenti (CdC + AS)	-174.691	-159.825
Accantonamenti (CdC + AS)	-141.208	-4.827.137
Rettifiche valori dell'attivo	-40.470	-17.283
Rettifiche di costo e ricavo	10.092	-10.691
<b>RISULTATO ECONOMICO DELL'ESERCIZIO</b>	<b>1.407.077</b>	<b>-4.026.624</b>

## LA PRODUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Il **Prospetto di produzione del Valore aggiunto**, determinato a partire dal Conto economico consolidato, evidenzia come primo risultato intermedio il Valore globale della produzione (VGP), che è dato dai ricavi della Camera di Commercio e delle Aziende speciali al netto dei trasferimenti infragruppo.

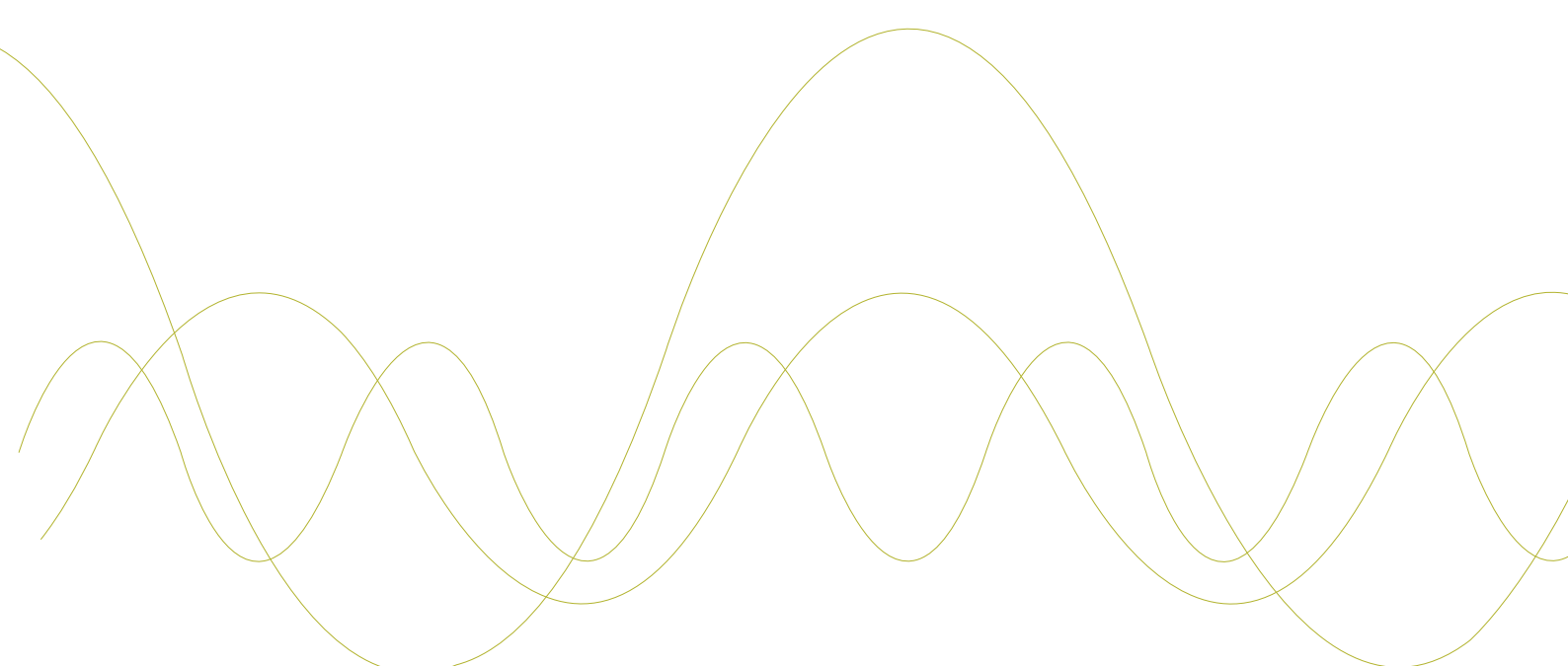
La voce che incide maggiormente sul VGP è il diritto annuale, il tributo che tutte le imprese iscritte o annotate presso il Registro delle Imprese sono tenute a versare alla Camera. Nel 2006 questa posta contabile è stata pari al 61,7% del VGP. Le variazioni più consistenti rispetto al 2005 hanno riguardato i contributi e i trasferimenti (+432,5%), i rimborsi (+276,6%) e le rimanenze (-205,9%).

I *costi strutturali* sono quelli relativi alle spese per il funzionamento della struttura e che pertanto non apportano alcuna remunerazione agli stakeholder. Si articolano in spese per l'acquisto di beni e servizi esterni (spese di automazione, di consulenza, di funzionamento) e in costi del personale dedicato a tali attività. Questa voce è stata pari a 3,2 milioni di euro, con un incremento del 17,5% rispetto all'anno precedente.

Il *Valore aggiunto caratteristico lordo (VACL)* è dato dalla differenza tra il VGP e i costi strutturali. Il VACL è stato pari a 5,1 milioni di euro, con un incremento piuttosto contenuto rispetto all'anno precedente, dovuto a un aumento sia del VGP sia dei costi strutturali.

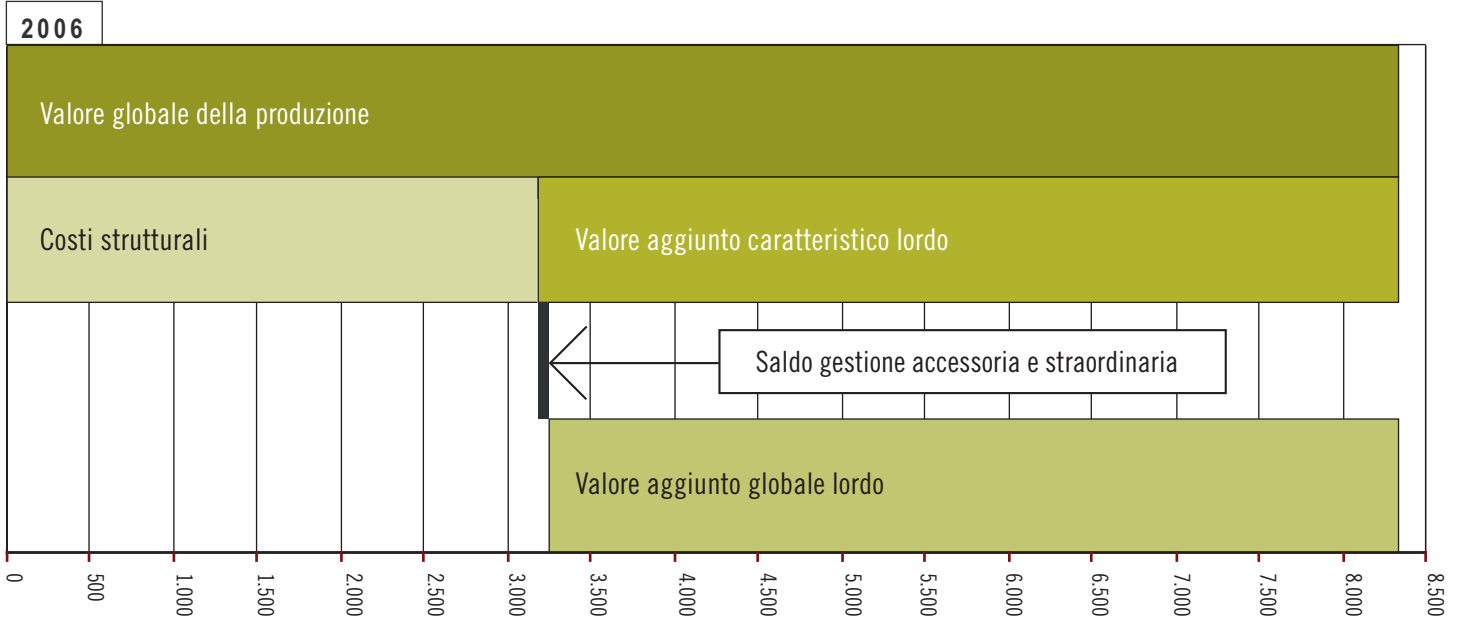
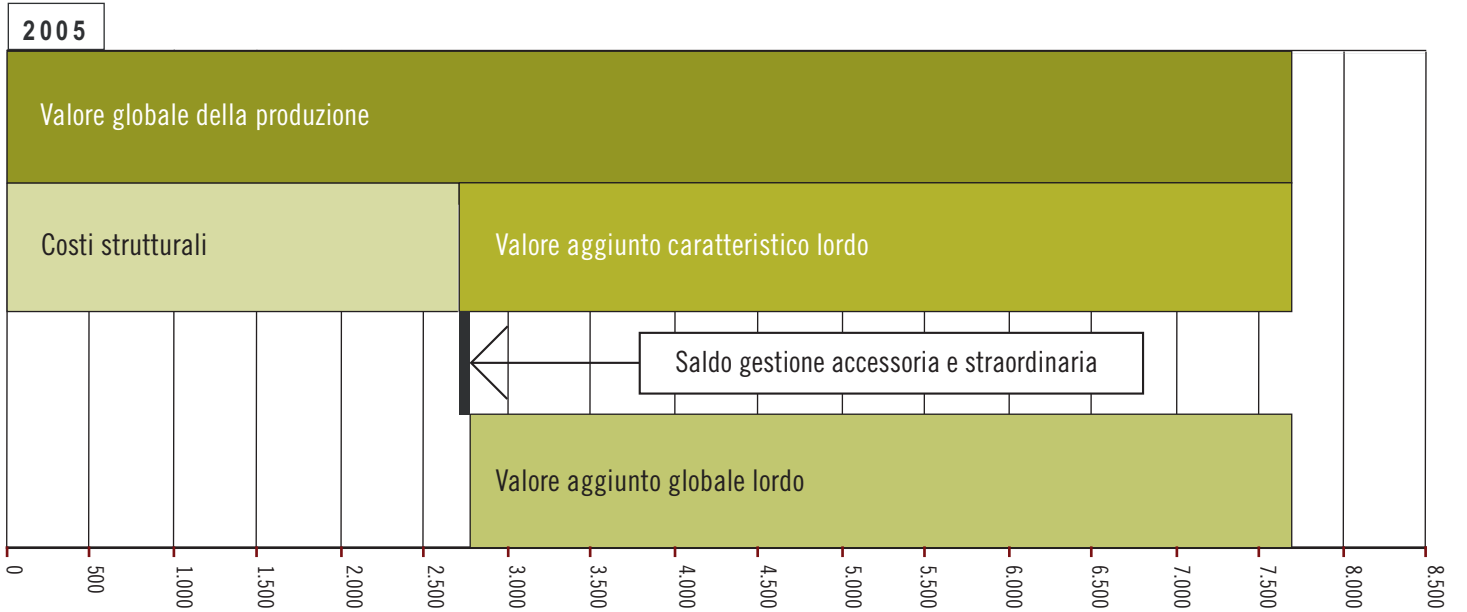
Il *saldo della gestione accessoria e straordinaria* ha presentato un valore negativo, pari a quasi 62.000 euro, che ha inciso negativamente sul *Valore aggiunto globale lordo (VAGL)*.

Il *Valore aggiunto globale lordo (VAGL)*, calcolato come la somma del VACL e del saldo della gestione accessoria e straordinaria, misura la ricchezza prodotta dalla Camera e distribuita ai portatori di interesse. Nel 2006 questo valore è ammontato a circa 5 milioni di euro, con un leggero aumento rispetto al 2005 (+3,2%).



Prospetto di produzione del Valore aggiunto	2005	2006
<b>&gt; RICAVI ATTIVITÀ TIPICA</b>		
Diritto annuale	5.435.143	5.139.677
Diritti di segreteria e oblazioni	1.083.010	1.147.309
Proventi da gestione di servizi	6.859	5.457
Contributi e trasferimenti	65.362	348.059
Altri proventi	556.310	972.852
Ricavi propri AS (al netto dei trasferimenti della CdC)	237.646	492.650
Altri proventi AS	303.209	251.589
Rimborsi	-3.237	-12.189
Variazioni rimanenze	10.092	-10.691
<b>VALORE GLOBALE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>7.694.394</b>	<b>8.334.713</b>
<b>COSTI STRUTTURALI</b>	<b>2.714.416</b>	<b>3.189.349</b>
<b>VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO</b>	<b>4.979.979</b>	<b>5.145.364</b>
<b>&gt; GESTIONE ACCESSORIA E STRAORDINARIA</b>		
Rivalutazioni partecipazioni azionarie e altre rivalutazioni	5.371	13.945
Svalutazioni partecipazioni azionarie e altre svalutazioni	-45.841	-31.227
Saldo gestione accessoria	-40.470	-17.283
Plusvalenze da alienazione e sopravvenienze attive	1.179	20.000
Plusvalenze e sopravvenienze attive (AS)	2.638	2.348
Minusvalenze da alienazione e sopravvenienze passive	-13.987	-53.823
Minusvalenze e sopravvenienze passive (AS)	-1.189	-13.146
Saldo gestione straordinaria	-11.360	-44.621
<b>SALDO GESTIONE ACCESSORIA E STRAORDINARIA</b>	<b>-51.830</b>	<b>-61.903</b>
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>4.928.149</b>	<b>5.083.461</b>

Rappresentazione grafica della produzione del Valore aggiunto (2005-2006, migliaia di euro)





## LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

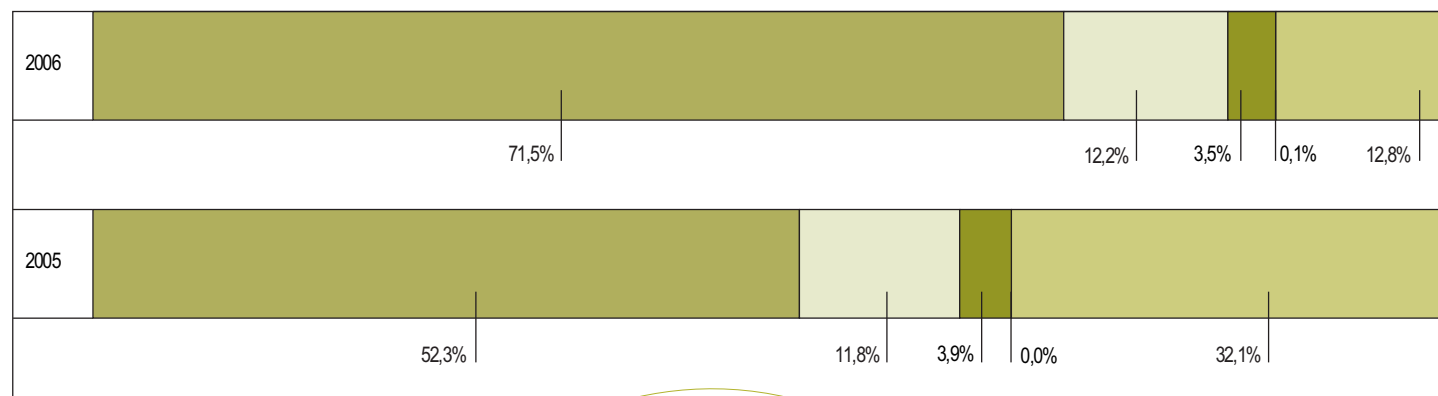
Il Valore aggiunto generato dalla Camera viene distribuito alle seguenti categorie di destinatari:

- > il sistema economico-produttivo;
- > gli altri Enti della rete camerale;
- > la Pubblica Amministrazione;
- > il capitale di credito;
- > l'Ente stesso.

La categoria principale di destinatari è il sistema economico-produttivo, che da solo assorbe il 71,5% del Valore aggiunto prodotto dalla Camera, con un significativo incremento percentuale rispetto al 2005 (era pari al 52,3%). La Camera e gli altri Enti del Sistema camerale assorbono complessivamente un quarto del Valore aggiunto, mentre la Pubblica Amministrazione e il capitale di credito hanno un'incidenza residuale.

Prospetto di distribuzione del Valore aggiunto			
Categorie di destinatari	2005	2006	Var. % 2006/2005
Sistema economico-produttivo	2.575.704	3.634.262	41,1
Altri enti della rete camerale	579.691	618.361	6,7
Pubblica Amministrazione	189.892	178.193	-6,2
Capitale di credito	1.093	3.383	209,2
Ente	1.581.769	649.262	-59,0
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>4.928.149</b>	<b>5.083.461</b>	<b>3,2</b>

## Distribuzione percentuale del valore aggiunto tra le varie categorie di stakeholder



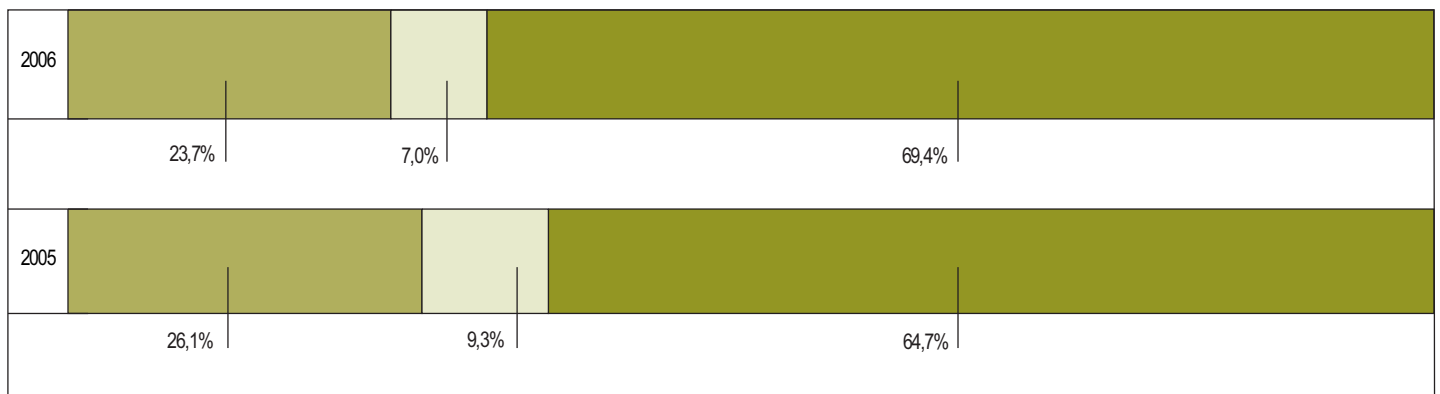
	Sistema economico produttivo
	Altri enti della rete camerale
	Pubblica Amministrazione
	Capitale credito
	Ente

Al sistema economico-produttivo, in cui rientrano i beneficiari di tutte le attività camerali (i servizi amministrativi, la regolazione del mercato e le iniziative di promozione economica), la Camera ha destinato 3,6 milioni di euro, con un incremento di oltre un milione di euro rispetto al 2005 (+41,1%). La prevalente parte degli apporti è rappresentata dalle iniziative di promozione (69,4%); seguono i servizi amministrativi (23,7%), mentre i servizi di regolazione del mercato hanno un'incidenza piuttosto contenuta.

Il Valore aggiunto apportato a questa categoria di stakeholder può essere visto come la somma di due componenti: i beni e servizi esterni e il personale. Quest'ultimo, infatti, oltre a essere il destinatario di una parte del Valore aggiunto, contribuisce con le proprie attività a produrre ricchezza a favore degli altri portatori di interesse. Nelle funzioni di natura istituzionale (servizi amministrativi e regolazione del mercato) prevalgono gli apporti del personale, mentre le iniziative di promozione economica si caratterizzano per la maggiore erogazione di beni e servizi esterni.

Apporti al sistema economico-produttivo in base ai servizi erogati (2006)			
	Beni e servizi esterni	Personale	TOTALE
Servizi amministrativi	21.930	838.698	860.627
Regolazione del mercato	15.333	237.836	253.170
Promozione del sistema economico-produttivo	2.094.060	426.405	2.520.465
<b>TOTALE</b>	<b>2.131.323</b>	<b>1.502.939</b>	<b>3.634.262</b>

Ripartizione percentuale degli apporti al sistema economico-produttivo per attività

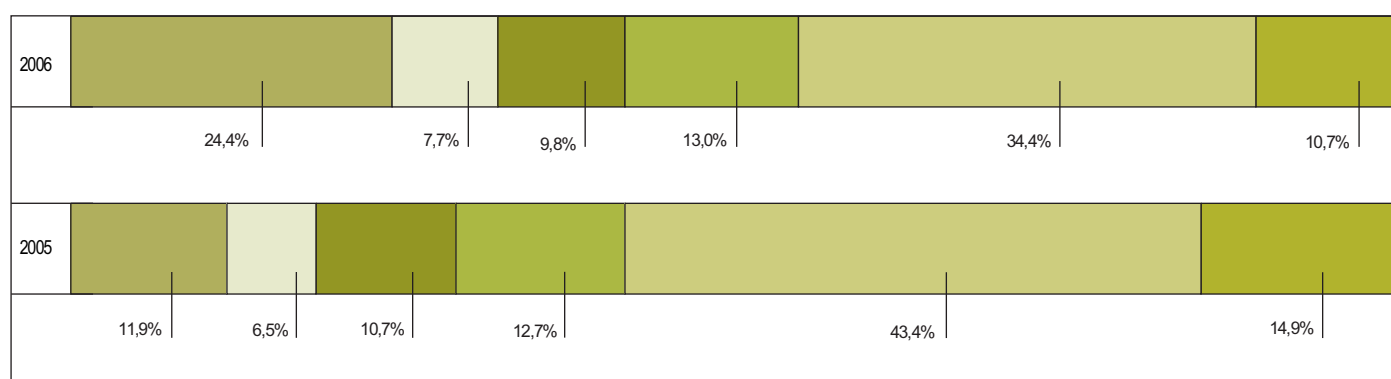


	Servizi amministrativi
	Regolazione del mercato
	Promozione del sistema economico-produttivo

Le attività promozionali hanno assorbito circa 2,5 milioni di euro, con un incremento pari a quasi un milione di euro rispetto al 2005 (+51,3%). In termini percentuali, oltre la metà della ricchezza prodotta dalla Camera è assorbita dal marketing territoriale e sviluppo locale e dall'internazionalizzazione (58,9%). In particolare, la quota di Valore aggiunto assorbita dall'internazionalizzazione è triplicata passando da quasi 200.000 euro nel 2005 a circa 616.000 nel 2006. Anche la formazione ha registrato un aumento significativo passando da circa 210.000 euro a circa 327.000 euro.

Apporti al sistema economico-produttivo. Dettaglio dei servizi di promozione (2006)				
	Beni e servizi esterni	Personale	TOTALE	%
Internazionalizzazione	606.687	9.017	615.703	16,9%
Innovazione	185.398	9.017	194.414	5,3%
Studi e informazione economica	89.664	156.753	246.418	6,8%
Formazione	165.557	161.074	326.632	9,0%
Marketing territoriale e sviluppo locale	803.883	64.125	868.008	23,9%
Contributi e accesso al credito	242.871	26.419	269.290	7,4%
<b>TOTALE</b>	<b>2.094.060</b>	<b>426.405</b>	<b>2.520.465</b>	<b>100,0%</b>

Ripartizione percentuale degli apporti al sistema economico-produttivo: dettaglio dei servizi di promozione



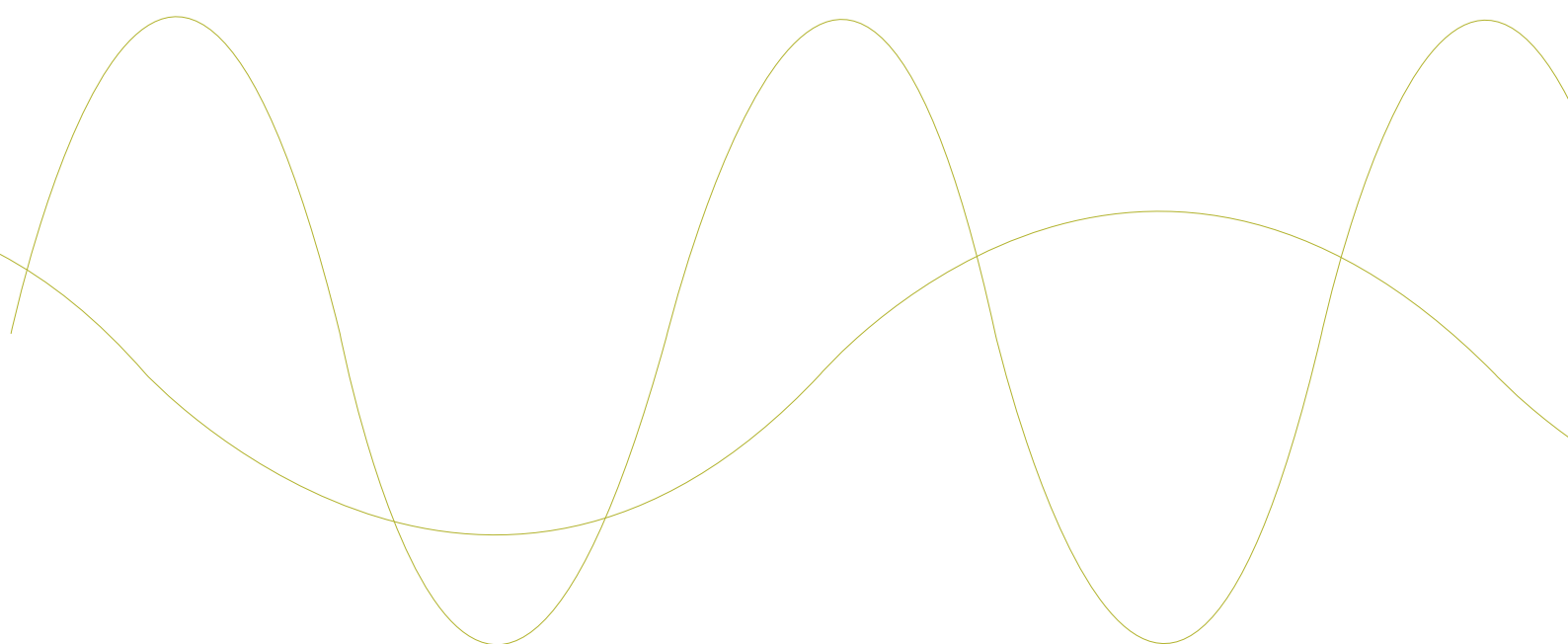
	Internazionalizzazione
	Innovazione
	Studi e informazione economica
	Formazione
	Marketing territoriale e sviluppo locale
	Contributi e accesso al credito

Riguardo agli altri stakeholder, risulta che:

- > la remunerazione di cui è beneficiario l'Ente, pari a circa 650.000 euro (12,8% del totale), è data dal risultato di esercizio e dagli ammortamenti;
- > la remunerazione agli altri Enti della rete camerale, pari a 618.361 euro, si concretizza nel versamento delle quote associative e nei trasferimenti per l'attuazione di iniziative a livello di sistema;
- > la remunerazione alla Pubblica Amministrazione, che è stata pari a circa 180.000 euro, attiene agli oneri fiscali;
- > la remunerazione del capitale di credito, che riguarda il pagamento degli oneri finanziari, è triplicata passando da poco più di 1.000 a oltre 3.000 euro.

Come è stato già evidenziato, le risorse umane della Camera di Commercio rivestono un duplice ruolo, in quanto contribuiscono a generare il Valore aggiunto a favore del sistema economico-produttivo e rappresentano esse stesse una categoria di stakeholder a cui è destinata parte della ricchezza prodotta dall'Ente. Sotto il secondo profilo, la remunerazione del personale si articola in varie componenti: le competenze, gli oneri sociali e previdenziali e gli altri costi. Nel 2006 questo valore ha superato i 3 milioni di euro, pari a quasi i due terzi (63,4%) del Valore aggiunto complessivamente prodotto dalla Camera.

Remunerazione del personale		
	2005	2006
Competenze al personale	1.901.963	2.349.535
Oneri sociali	416.787	425.862
Accantonamento TFR	133.483	291.387
Altri costi per il personale	55.487	156.367
<b>TOTALE</b>	<b>2.507.720</b>	<b>3.223.151</b>



Indicatori	Contenuti	Argomento
Principali indicatori riguardanti il Registro delle Imprese	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Iscrizioni</li> <li>&gt; Cessazioni</li> <li>&gt; Totale imprese registrate</li> <li>&gt; Visure presso lo Sportello</li> <li>&gt; Certificati presso lo Sportello</li> <li>&gt; N. vidimazioni libri contabili</li> </ul>	Servizi amministrativi
Tempi di evasione delle pratiche del Registro delle Imprese	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; N. pratiche</li> <li>&gt; Evase entro i termini</li> <li>&gt; Ritardo 1-5 giorni</li> <li>&gt; Ritardo 6-10 giorni</li> <li>&gt; Ritardo &gt; 10 giorni</li> </ul>	Servizi amministrativi
Principali indicatori riguardanti l'Albo delle Imprese Artigiane	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Iscrizioni</li> <li>&gt; Cessazioni</li> <li>&gt; Totale soggetti registrati</li> </ul>	Servizi amministrativi
Principali indicatori riguardanti gli altri Registri e Ruoli	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; REC</li> <li>&gt; Ruolo degli agenti e rappresentanti</li> <li>&gt; Ruolo degli agenti di affari in mediazione</li> <li>&gt; Ruolo dei conducenti non di linea (taxi)</li> <li>&gt; Ruolo dei periti ed esperti</li> </ul>	Servizi amministrativi
Numero di smart card e CNS emesse	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; N. smart card e CNS emesse nell'esercizio</li> <li>&gt; smart card e CNS emesse su 1.000 imprese attive nell'esercizio</li> <li>&gt; Totale smart card e CNS emesse</li> <li>&gt; Totale smart card e CNS emesse su 1.000 imprese attive</li> </ul>	Servizi amministrativi
N. di convenzioni Telemaco e di mandati di incarico alla distribuzione sottoscritti	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Mandati di incarico alla distribuzione sottoscritti da professionisti</li> <li>&gt; Convenzioni Telemaco sottoscritte con studi commerciali e Associazioni di categoria</li> <li>&gt; Convenzioni totali Telemaco sottoscritte</li> </ul>	Servizi amministrativi
Registro delle imprese e Albo imprese artigiane: pratiche per modalità di presentazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Manuale</li> <li>&gt; Informatica</li> <li>&gt; Altre Modalità</li> </ul>	Servizi amministrativi
MUD, statistiche invio Dichiarazione ambientale	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Cartacea di cui semplificate</li> <li>&gt; Informatica di cui telematico</li> </ul>	Servizi amministrativi
Commercio estero, pratiche e certificati rilasciati (2005-2006)	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Certificato d'origine</li> <li>&gt; Certificati di libera vendita</li> <li>&gt; Visti di legalizzazione firma</li> <li>&gt; Visti su fatture</li> <li>&gt; Altri visti diversi</li> <li>&gt; Carnet ATA (+ Carnet CDP Taiwan)</li> <li>&gt; Rilascio codici meccanografici</li> <li>&gt; Marchio INE</li> </ul>	Servizi amministrativi
Principali indicatori riguardanti le funzioni amministrative per il settore viti-vinicolo	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Albo vigneti e vini DOC</li> <li>&gt; Elenco vigne e vini IGT</li> <li>&gt; Elenchi dei tecnici ed esperti degustatori DOC</li> <li>&gt; Commissione degustazione vini DOC</li> <li>&gt; Albo degli imbottiglieri DOC</li> </ul>	Servizi amministrativi

Indicatori	Contenuti	Argomento
Indicatori riguardanti lo Sportello di Conciliazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Procedure attivate di cui tra imprese</li> <li>&gt; Procedure attivate di cui tra imprese e consumatori</li> <li>&gt; Procedure concluse</li> <li>&gt; Procedure concluse/avviate</li> <li>&gt; Valore medio controversie tra imprese (euro)</li> <li>&gt; Valore medio controversie tra imprese e consumatori</li> <li>&gt; Iscritti all'Elenco conciliatori</li> </ul>	Regolazione del mercato
Indicatori riguardanti il Registro dei Protesti	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Totale protesti di cui tratte non accettate</li> <li>&gt; Nominativi cancellati</li> </ul>	Regolazione del mercato
Listini dei prezzi curati dalla Camera di Commercio	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Prodotti petroliferi</li> <li>&gt; Deposito listini</li> </ul>	Regolazione del mercato
Attività dell'Ufficio Metrico	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; N. ispezioni con Guardia di Finanza</li> <li>&gt; Bacino utenti</li> <li>&gt; N. sopralluoghi presso il domicilio degli utenti per la verifica periodica degli strumenti metrici</li> <li>&gt; N. marchi d'identificazione per la punzonatura dei metalli preziosi</li> <li>&gt; N. carte tachigrafiche rilasciate</li> </ul>	Regolazione del mercato
Attività dell'Ufficio marchi e brevetti	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Invenzioni</li> <li>&gt; Modelli di utilità</li> <li>&gt; Marchi</li> <li>&gt; Marchi internazionali</li> <li>&gt; Disegni e modelli</li> <li>&gt; Modelli ornamentali</li> <li>&gt; Istanze varie</li> <li>&gt; Annotazioni</li> <li>&gt; N. caricamenti SIMBA</li> </ul>	Regolazione del mercato
Altre competenze in materia di regolazione del mercato	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Tutela del consumatore e della fede pubblica nei concorsi a premio</li> <li>&gt; Ordinanze (ex Upica) emesse</li> </ul>	Regolazione del mercato
N. di accessi/utenti allo Sportello Internazionalizzazione suddivisi per le discipline d'interesse	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Legislazione europea</li> <li>&gt; Appalti pubblici</li> <li>&gt; Finanziamenti (comunitari, nazionali, regionali)</li> <li>&gt; Cooperazione transnazionale</li> <li>&gt; Nominativi esteri (servizio banche dati: D&amp;B ecc.)</li> <li>&gt; Partecipazione ai seminari e/o convegni</li> </ul>	Internazionalizzazione
Quesiti richiesti allo Sportello Internazionalizzazione e loro ripartizione per materia	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Ricerca partner</li> <li>&gt; Informazioni specialistiche</li> <li>&gt; Paesi/settori/mercati</li> <li>&gt; Strumenti finanziari per l'internazionalizzazione</li> <li>&gt; Fiere all'estero</li> <li>&gt; Opportunità di Business</li> <li>&gt; Altro</li> </ul>	Internazionalizzazione
Il database delle imprese esportatrici	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Aziende inserite nel database</li> </ul>	Internazionalizzazione
Partecipazioni di imprese a manifestazioni fieristiche sotto l'egida della Camera di Commercio	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Fiere</li> <li>&gt; Sede</li> <li>&gt; N. aziende partecipanti</li> <li>&gt; Anno</li> </ul>	Internazionalizzazione
Delegazioni straniere ricevute presso la Camera di Commercio	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Paese di provenienza</li> <li>&gt; Periodo</li> </ul>	Internazionalizzazione
Delegazioni della Camera di Commercio all'estero	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Tipologia</li> <li>&gt; Destinazione</li> <li>&gt; Periodo</li> </ul>	Internazionalizzazione

Indicatori	Contenuti	Argomento
Iniziative previste dal Centro Estero Regionale (CER)	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Anno</li> <li>&gt; Attività</li> <li>&gt; Sede</li> </ul>	Internazionalizzazione
Corsi di formazione istituzionale abilitante	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Corsi/Argomento</li> <li>&gt; N. Corsi</li> <li>&gt; Durata</li> <li>&gt; N. Partecipanti</li> </ul>	Formazione e orientamento all'imprenditorialità
Dati principali dell'attività di orientamento all'imprenditorialità e creazione di nuova impresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; N. utenti che hanno richiesto informazioni</li> <li>&gt; N. utenti dei seminari di formazione</li> </ul>	Formazione e orientamento all'imprenditorialità
Partecipazioni a manifestazioni fieristiche di settore per la promozione delle produzioni locali	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Titolo</li> <li>&gt; Settore</li> <li>&gt; Località</li> <li>&gt; Anno</li> </ul>	Marketing territoriale e Sviluppo locale
Iniziative di promozione del territorio delle Associazioni di categoria sostenute dalla Camera di Commercio	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Progetto</li> <li>&gt; Associazione</li> <li>&gt; Anno</li> </ul>	Marketing territoriale e Sviluppo locale
Eventi di animazione a cui è stato accordato il sostegno da parte della Camera di Commercio	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Evento</li> <li>&gt; Soggetto promotore</li> <li>&gt; Anno</li> </ul>	Marketing territoriale e Sviluppo locale
Contributi ai Consorzi Fidi	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Contributi accordati</li> </ul>	Contributi e accesso al credito
Richieste di informazioni pervenute all'Ufficio Studi e Statistica	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Anno</li> <li>&gt; N. richieste</li> </ul>	Studi e informazione economica
Studi e pubblicazioni realizzati dalla Camera di Commercio	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Argomento</li> <li>&gt; Titolo</li> <li>&gt; Anno</li> </ul>	Studi e informazione economica
Attività convegnistica promossa dalla Camera di Commercio	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Titolo</li> </ul>	Studi e informazione economica
Strumenti di programmazione negoziale a cui partecipa la Camera di Commercio	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Iniziativa</li> <li>&gt; Promotori</li> <li>&gt; Firmatari</li> </ul>	I Rapporti istituzionali e il Sistema di governo locale
Progetti e iniziative realizzate in collaborazione con altri Enti	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Iniziativa/progetto</li> <li>&gt; Enti promotori</li> <li>&gt; Enti coinvolti</li> </ul>	I Rapporti istituzionali e il Sistema di governo locale
Composizione del personale per tipologia contrattuale	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Risorse della Camera e delle due Aziende Speciali impiegate:</li> <li>- full time</li> <li>- part time</li> </ul>	Le risorse umane e la modernizzazione della Camera di Commercio
Ripartizione del personale per qualifica professionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Articolazione per qualifica professionale del personale della Camera e delle due Aziende Speciali</li> </ul>	Le risorse umane e la modernizzazione della Camera di Commercio
Ripartizione del personale per profilo professionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Articolazione per profilo professionale del personale della Camera e delle due Aziende Speciali</li> </ul>	Le risorse umane e la modernizzazione della Camera di Commercio
Composizione del personale per genere	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Articolazione per genere del personale della Camera e delle due Aziende Speciali</li> </ul>	Le risorse umane e la modernizzazione della Camera di Commercio
Composizione del personale per anzianità di servizio	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Articolazione per anzianità di servizio del personale della Camera e delle due Aziende Speciali</li> </ul>	Le risorse umane e la modernizzazione della Camera di Commercio
Composizione del personale per classi di età	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Articolazione per classi di età del personale della Camera e delle due Aziende Speciali</li> </ul>	Le risorse umane e la modernizzazione della Camera di Commercio

Indicatori	Contenuti	Argomento
Età media delle risorse umane	> Età media del personale della Camera e delle due Aziende Speciali	Le risorse umane e la modernizzazione della Camera di Commercio
Composizione del personale per titolo di studio	> Scuola dell'obbligo > Scuola media superiore > Laurea	Le risorse umane e la modernizzazione della Camera di Commercio
Dati sui corsi di formazione personale interno	> N. partecipanti > N. Giornate > N. Corsi	Le risorse umane e la modernizzazione della Camera di Commercio
Valori relativi all'elaborazione dei dati della formazione interna	> Media giornate per partecipante > Media giornate per corso	Le risorse umane e la modernizzazione della Camera di Commercio

### Gruppo di lavoro

L'elaborazione del Bilancio sociale è stata realizzata da un gruppo di lavoro della Camera di Commercio di Brindisi, coordinato dal Segretario Generale della Camera di Commercio di Brindisi, Dr. Eupremio CARROZZO, e coadiuvato da Retecamere scr.l.

Project manager:	Biagio CAINO	Retecamere
Coordinamento gruppo di lavoro interno:	Maria PALMIERI	CCIAA Brindisi
Analisi ed elaborazione documento:	Federica RICCI	Retecamere
Gruppo di lavoro interno:	Domenico CALEFATO	CCIAA Brindisi
	Giuseppe CALCAGNILE	CCIAA Brindisi
	Daniela GUIDO	Promobrindisi
	Cosimo GUARINI	CCIAA Brindisi
	Anna Maria LAVIANO	CCIAA Brindisi
	Delia LENTI	ISFORES
	Rosa PALMIERI	CCIAA Brindisi
	Riccardo ROLLO	CCIAA Brindisi
	Rosalba SCARAFIL	CCIAA Brindisi