

Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

B A R I

DELIBERAZIONE N. 18 DEL 13.03.2017

Oggetto: Art. 18 - comma 10 della Legge 580/93 come modificato dal Decreto legislativo 219/2016: Aumento della misura del diritto annuale. Determinazioni per il triennio 2017-2019.

Il Presidente riferisce rammentando che, come noto, le Camere di commercio sono state interessate da un processo di riforma avviato con l'articolo 28 della L. n. 114/2014, di conversione del D.L. n. 90/2014 ("Misure urgenti per la semplificazione e la trasparenza amministrativa e per l'efficienza degli uffici giudiziari"), che ha previsto una riduzione graduale del diritto annuale delle Camere di Commercio pari al 35 per cento per l'anno 2015, al 40 per cento per l'anno 2016 e al 50 per cento a decorrere dall'anno 2017.

Il processo di riordinamento delle Camere di commercio, culminato con il decreto legislativo n. 219 dello scorso 25 novembre 2016, ha apportato delle modifiche sostanziali per quel che riguarda le funzioni, l'organizzazione e il finanziamento degli Enti camerali, senza, però, alterarne la *mission* che resta sempre quella di *"svolgere funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali"*.

Il decreto 219/2016 continua a prevedere la possibilità per le Camere di aumentare l'importo del diritto annuale fino ad un massimo del 20%, prevedendo un diverso iter e disponendo che: *"Per il finanziamento di programmi e progetti presentati dalla camere di commercio, condivisi con le Regioni ed aventi per scopo la promozione dello sviluppo economico e l'organizzazione di servizi alle imprese, il Ministro dello sviluppo economico, su richiesta di Unioncamere, valutata la rilevanza dell'interesse del programma o del progetto nel quadro delle politiche strategiche nazionali, può autorizzare l'aumento, per gli esercizi di riferimento, della misura del diritto annuale fino a un massimo del venti per cento."*

Informa, quindi, di quanto comunicato da Unioncamere Nazionale sulle progettualità condivise con il Ministro dello Sviluppo Economico, Carlo Calenda, sulle quali lo stesso Ministro ha già espresso parere positivo circa l'utilizzo dell'incremento fino al 20% del diritto annuale per il triennio 2017 – 2019, come risulta dalla lettera inviata dallo stesso Ministro al Presidente Lo Bello.

Il Presidente illustra, quindi, le proposte complessive di Unioncamere Nazionale.

Il Progetto "Punto impresa digitale (PID)" risponde alla richiesta del Ministro dello Sviluppo Economico di coinvolgimento delle Camere di Commercio nei programmi del Governo finalizzati alla digitalizzazione delle imprese, con particolare riferimento alle MPMI, attraverso la costituzione di 60 punti di contatto per le imprese dei diversi settori sui temi del digitale, collaborando con gli altri



Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

B A R I

soggetti attivi nel Piano Industria 4.0. Il progetto nazionale di Unioncamere mira a costituire dei punti professionalmente attrezzati presso le Camere di Commercio e/o le Aziende speciali al fine di garantire un sostegno efficace tramite iniziative di formazione, informazione, assistenza tecnica, mentoring alle piccole imprese dei diversi settori per aiutarle nel salto tecnologico, necessario in tutti i diversi ambiti imprenditoriali per competere con efficacia. Il progetto prevede, inoltre, il sostegno alle imprese, tramite voucher destinati direttamente alle aziende per percorsi di formazione e assistenza negli ambiti tecnologici.

Il progetto relativo a "Servizi di orientamento al lavoro ed alle professioni" finalizzato al rafforzamento delle nuove funzioni camerali sui temi del raccordo fra scuola, giovani e mondo del lavoro si inserisce all'interno di una strategia complessiva, perseguita congiuntamente da Governo e Regioni, per rafforzare il dialogo tra scuola e mondo del lavoro, potenziare l'occupabilità dei giovani, migliorare la possibilità delle imprese di trovare personale professionalizzato. Le risorse aggiuntive previste per tale progetto saranno destinate al sostegno alle imprese tramite voucher per favorire l'accoglienza dei ragazzi nei programmi di alternanza e per una piattaforma di matching che gestisca telematicamente le richieste di alternanza scuola lavoro, stage, tirocini da parte delle imprese e la disponibilità dei giovani a prendervi parte, compilare, gestire e rendere disponibili on line i curricula dei candidati sulla base di form prestabiliti, gestire telematicamente le richieste di competenze professionali da parte delle imprese consentendo loro la ricerca autonoma di collaboratori e personale.

Per il finanziamento di entrambi i progetti il Ministro Calenda ha altresì preannunciato il suo parere positivo circa l'utilizzo dell'incremento fino al 20% del diritto annuale per gli anni 2017, 2018 e 2019, ed ha comunicato tale sua intenzione al Presidente della Conferenza delle Regioni.

Con riferimento alla ripartizione delle risorse corrispondenti alla maggiorazione in argomento è previsto che il 75% venga destinato al progetto "punto impresa digitale" mentre il restante 25% venga utilizzato per la "nuova iniziativa del sistema camerale sui servizi di orientamento al lavoro ed alle professioni".

Le risorse destinate al progetto "punto impresa digitale" saranno finalizzate per due terzi al raggiungimento dell'obiettivo di avvio e gestione del PID e per il restante terzo alla realizzazione di interventi a favore delle imprese (voucher).

Le risorse destinate al progetto "Servizi di orientamento al lavoro ed alle professioni" saranno finalizzate per il 40% per le attività di strutturazione dell'apposito ufficio camerale mentre il restante 60% sarà utilizzato per l'erogazione di voucher alle imprese.

Si evidenzia che la stima dell'aumento del 20% del diritto annuale per la Camera di Commercio di Bari si attesta per l'anno 2017 in € 1.769.919,71.

Handwritten signature and initials in black ink, located in the bottom right corner of the page.

Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

B A R I

La quantificazione definitiva delle risorse da parte delle singole Camere di Commercio, fermo restando l'importo complessivo per l'intero sistema, potrà essere oggetto di personalizzazione in funzione delle specifiche esigenze.

Per entrambi i progetti è previsto che, a partire dal secondo anno, eventuali minori spese relative ad attività avviate nella prima annualità verranno utilizzate per incrementare i voucher a disposizione delle imprese.

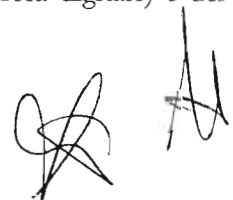
Per ciascuna annualità di progetto è previsto il monitoraggio delle attività svolte e dei risultati conseguiti da ciascuna Camera di Commercio.

L'approvazione da parte della Giunta odierna darà inizio all'iter procedurale per l'aumento del 20%, una volta approvato dal Consiglio Camerale, fin dall'anno in corso e per il prossimo triennio per il finanziamento dei progetti sopra descritti.

Il Presidente, pertanto, invita l'Organo collegiale, sulla base della relativa documentazione inviata ai Consiglieri, ad esprimersi in merito.

LA GIUNTA

- Udita la relazione del Presidente;
- Visto il decreto legislativo n. 219 del 25 novembre 2016 di riordino del funzionamento e del finanziamento delle Camere di commercio;
- Visto l'articolo 18, comma 10, della Legge 29.12.1993, n. 580, come modificato dal Decreto Legislativo 25.11.2016, n. 219 che espressamente dispone: *-Per il finanziamento di programmi e progetti presentati dalla camere di commercio, condivisi con le Regioni ed aventi per scopo la promozione dello sviluppo economico e l'organizzazione di servizi alle imprese, il Ministro dello sviluppo economico, su richiesta di Unioncamere, valutata la rilevanza dell'interesse del programma o del progetto nel quadro delle politiche strategiche nazionali, può autorizzare l'aumento, per gli esercizi di riferimento, della misura del diritto annuale fino a un massimo del venti per cento....;*
- Esaminata la documentazione illustrativa dei progetti nazionali relativi alla costituzione dei "Punto Impresa Digitale" e "Servizi di orientamento al lavoro ed alle professioni" relative alle progettualità, in termini di obiettivi, azioni, organizzazione e costi, con le relazioni illustrative predisposte da Unioncamere ed allegata al presente provvedimento;
- Ritenuto indispensabile cogliere le opportunità offerte dalle iniziative illustrate in premessa e relative alla realizzazione presso l'Ente Camerale del PID (Punto di impresa digitale) e del nuovo servizio di orientamento al lavoro e alle professioni;



Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

B A R I

- Condivisi i contenuti e gli obiettivi dei progetti, coerenti con i principi definiti del D. Lgs. n. 219/2016 che riformula le competenze e le funzioni camerali e volti alla promozione economica del territorio e dei servizi rivolti alle imprese;
- Ritenuto necessario un impegno precipuo sui due progetti da finanziare con l'incremento del 20% del diritto annuale, secondo le schede allegate;
- Tenuto conto della condivisione espressa dal Ministro dello Sviluppo Economico Calenda rispetto ai prototipi formulati da Unioncamere, ritenuti coerenti con le strategie nazionali sullo sviluppo economico e con i principi della riforma, come risulta dalla lettera inviata dallo stesso Ministro al Presidente Lo Bello in data 9 marzo u.s.;
- Dato atto che le maggiori entrate determinate dall'incremento dell'importo del diritto annuale per il triennio di riferimento 2017 - 2019 saranno vincolate alla realizzazione delle ripetute iniziative di sviluppo del PID e del nuovo servizio di orientamento al lavoro e alle professioni;
- Tenuto conto che la stima dell'ammontare dell'aumento del diritto annuale del 20% e di circa € 1.769.919,71 per l'anno 2017;
- Valutata positivamente la ricaduta economica sul sistema imprenditoriale locale delle attività inserite nei progetti e rivolti alle imprese che rappresentano un indubbio elemento di supporto allo sviluppo imprenditoriale ed alla sua competitività oltre che alla creazione di condizioni ambientali di favore all'incontro tra domanda e offerta di lavoro;
- Sentito il parere favorevole del Segretario Generale;
- A voti unanimi espressi a termini di legge

DELIBERA

la premessa narrativa costituisce parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;

1. di approvare i progetti "Punto Impresa digitale" e "Servizi di orientamento al lavoro ed alle professioni" promossi da Unioncamere su base nazionale i quali, allegati al presente provvedimento, ne fanno parte integrante e sostanziale;
2. di utilizzare la facoltà prevista dall'articolo 18, comma 10, della Legge 580/1993 e successive modificazioni ed integrazioni di aumentare, per gli esercizi 2017 - 2018 - 2019, il diritto annuale nella misura massima del venti per cento per il finanziamento delle iniziative per lo



Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

B A R I

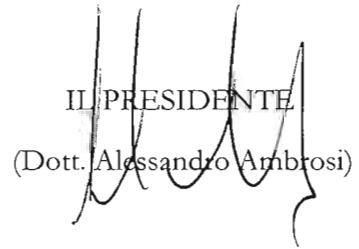
sviluppo del "Punto Impresa digitale(PID)" e del nuovo servizio di orientamento al lavoro e alle professioni;

3. di predisporre le schede di budget triennale, che si allegano, per la realizzazione dei progetti a livello locale con la individuazione delle percentuali di utilizzo dell'incremento del 20% del diritto annuale per ciascuno dei due progetti: Punto Impresa Digitale per il 15% e Servizi di Orientamento al Lavoro e alle Professioni per il rimanente 5%;
4. di sottoporre all'approvazione del Consiglio Camerale la proposta di aumento del diritto annuale nella misura massima del 20% per il triennio 2017 – 2019 finalizzato alla realizzazione delle progettualità descritte in premessa ed il conseguenziale adeguamento della Relazione Previsionale e Programmatica 2017.

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dott.ssa Angela Patrizia Partipilo)



IL PRESIDENTE
(Dott. Alessandro Ambrosi)



CAMERA DI COMMERCIO

BARI

TITOLO

PUNTO IMPRESA DIGITALE

Esercizi di riferimento

2017-2018-2019

INCREMENTO PERCENTUALE DEL DIRITTO ANNUALE

15%

EURO **3.982.319,34** (va considerato il presunto gettito riscosso)

CONDIVISIONE CON LA REGIONE

OBIETTIVI

Gli obiettivi di questo progetto sono descritti nel documento nazionale

AZIONI

Le azioni di questo progetto sono descritti nel documento nazionale

BUDGET - I costi si intendono IVA compresa, se dovuta

Costi interni (personale)	euro	747.644,37
Costi esterni	euro	1.732.093,33
TOTALE		2.479.737,70
SPESE GENERALI (7% sul totale dei costi del progetto)	euro	173.581,64
Voucher	n. 443	euro 1.329.000,00

TOTALE COSTI PROGETTO EURO 3.982.319,34

EVENTUALI SPECIFICITA' TERRITORIALI NELLA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Referente
(uno per tutti i
progetti)

Nome e Cognome
Telefono
E.mail

ANGELA PATRIZIA PARTIPILO
080 2174219
angela.partipilo@ba.camcom.it

CAMERA DI COMMERCIO

BARI

TITOLO

I SERVIZI DI ORIENTAMENTO AL LAVORO E ALLE PROFESSIONI

Esercizi di riferimento

2017-2018-2019

INCREMENTO PERCENTUALE DEL DIRITTO ANNUALE

5%

EURO

1.327.439,78 (va considerato il presunto gettito riscosso)

CONDIVISIONE CON LA REGIONE

OBIETTIVI

Gli obiettivi di questo progetto sono descritti nel documento nazionale

AZIONI

Le azioni di questo progetto sono descritti nel documento nazionale

BUDGET - I costi si intendono IVA compresa, se dovuta

Costi interni (personale)	euro	406.985,62
Costi esterni	euro	113.051,56
TOTALE		520.037,18
SPESE GENERALI (7% sul totale dei costi del progetto)	euro	36.402,60
Voucher	n. 1285	euro 771.000,00

TOTALE COSTI PROGETTO EURO

1.327.439,78

EVENTUALI SPECIFICITA' TERRITORIALI NELLA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Referente
(uno per tutti i
progetti)Nome e Cognome
Telefono
E.mail

ANGELA PATRIZIA PARTIPILO

802174219

angela.partipilo@ba.camcom.it



Punto impresa digitale

Relazione illustrativa

Network camerale per la diffusione della cultura e della pratica digitale nelle micro, piccole e medie imprese di tutti i settori economici

1. Il contesto dell'intervento

Lo scorso settembre il Ministero dello Sviluppo economico ha annunciato il *Piano Nazionale Industria 4.0 – Investimenti, produttività ed innovazione*. Si tratta di un'iniziativa che introduce anche in Italia una strategia nazionale sul tema della quarta rivoluzione industriale dopo quanto avviato negli Stati Uniti, in Germania e molti altri paesi, europei e non.

Il Piano prevede 5 direttrici strategiche di intervento, raggruppate in direttrici "chiave" (Investimenti innovativi e competenze), di "accompagnamento" (infrastrutture abilitanti e strumenti pubblici di supporto) ed "orizzontali" (governance ed awareness), nella quale si colloca anche il presente progetto di realizzazione dei Punti Impresa Digitale (PID).

Industria 4.0 prevede tanto agevolazioni fiscali e strumenti pubblici di supporto agli investimenti che un insieme di interventi e target relativi ai fattori abilitanti (es. competenze, infrastrutture). Un quadro estremamente articolato che trova sponda e forti sinergie con le molte iniziative da tempo avviate a livello regionale, sia su impulso della programmazione comunitaria (es. S3, obiettivi tematici) che per scelte autonomamente operate dalle Regioni.

Pur essendo orientato verso la manifattura, il Piano adotta tra le sue linee-guida il principio della **neutralità tecnologica** e quello di **interventi di tipo orizzontale e non settoriale**.

E', infatti, evidente che industria, servizi, consumatori sono sempre più collegati tra loro dando origine a modelli di business, processi e prodotti nuovi secondo modalità che segnano il definitivo tramonto del modello lineare di innovazione che ha guidato per decenni gran parte delle scelte di policy in direzione di quello che è definito come ecosistema dell'innovazione, di cui anche la pubblica amministrazione è parte integrante.

La stessa Commissione europea nella formulazione dell'indice sullo sviluppo digitale - il DESI, *Digital Economy and Society Index*, rispetto al quale l'Italia occupa da tempo il 25° posto su 28 - adotta una scelta di tipo multidimensionale (connettività, capitale umano, utilizzo di Internet, integrazione digitale delle attività produttive, servizi pubblici digitali), evidenziando la natura trasversale e sistemica della digitalizzazione.

Un aspetto, quello della trasversalità del digitale, che non sfugge al Piano Industria 4.0 e che ha indotto il Ministero dello sviluppo economico a richiedere alle camere di commercio di realizzare un intervento a favore di tutti i settori economici - dall'agricoltura, all'industria, all'artigianato, al terziario di mercato, ai servizi - e delle imprese anche di più piccola dimensione, incluse quelle individuali ed i professionisti.

Un intervento giocato principalmente sul piano della crescita della consapevolezza "attiva" (ossia finalizzata all'azione), da parte di tali soggetti, sulle opportunità ed anche sui rischi – primo tra tutti quello di un approccio passivo – connessi al fenomeno del digitale.

La risposta delle camere alla richiesta del MISE è costituita dalla realizzazione di un network di punti informativi e di assistenza alle imprese sui processi di digitalizzazione, i Punti Impresa Digitale, le cui caratteristiche salienti sono descritte di seguito.

Gli assunti di base del progetto sono:

- l'adozione di una strategia digitale d'impresa **non si esaurisce nella presenza sul web, nell'utilizzo dei social media e nell'adozione di un sistema di e-commerce**. Essa riguarda l'intera **value chain** aziendale, i processi interni di produzione di prodotti e servizi e quelli di relazione a monte ed a valle con fornitori e clienti, i rapporti con le banche e la pubblica amministrazione. Ha quindi un impatto su tutte le componenti organizzative aziendali e sul **modello di business dell'impresa**;
- l'aspetto dell'integrazione tra i vari attori coinvolti nel processo produttivo (in filiere e non solo), impone una diffusione **di una «cultura e di una pratica del digitale» in tutti i settori e le dimensioni d'impresa**. E' evidente, infatti, che la presenza di forti divari tra le "imprese 4.0" ed il resto del tessuto economico rappresenta un condizionamento negativo per gli stessi soggetti digitalizzati ed un fattore di esclusione per quelli che non lo sono;
- Il tessuto imprenditoriale italiano è costituito in larghissima parte da MPMI ed una loro insufficiente partecipazione all'economia digitale comporta, quindi, **effetti negativi sullo sviluppo economico italiano complessivo**;
- **L'Agenda Digitale ed i programmi per l'e-government** (es. SPID, fatturazione elettronica) fanno parte del medesimo quadro volto a diffondere cultura e pratica del digitale. Essi hanno anche effetti sui processi aziendali (si pensi a dichiarazioni ed autorizzazioni, dalle SCIA, alle dogane, all'e-procurement della PA, alle stesse camere di commercio) e "forzano", in certa misura, il confronto – anche delle microimprese – con il tema del digitale. Per questo motivo l'iniziativa delle camere riguarderà sia i temi Industria 4.0 che quelli di Agenda Digitale;
- Nei processi di *digital transformation* **l'elemento umano costituisce l'aspetto di maggior rilevanza, ancor più che la tecnologia**. Per tale motivo sono indispensabili interventi a carattere informativo e formativo indirizzati tanto agli imprenditori che agli addetti. In proposito è rilevabile, come del resto fa il Piano Industria 4.0, **una forte relazione tra le policy riguardanti l'orientamento, l'alternanza, l'istruzione tecnica superiore ed universitaria, il lifelong learning e quelle relative alla diffusione del digitale**. E di questo aspetto devono necessariamente tener conto gli interventi a supporto delle imprese, come quello rappresentato dall'iniziativa dei PID camerali.
- il **Sistema camerale** svolge funzioni istituzionali, confermate dalla recente riforma, di supporto allo sviluppo imprenditoriale ed alla sua **competitività** e intende affrontare in modo organico il tema della diffusione della cultura e della pratica dell'economia digitale, specie nelle situazioni (dimensionali, territoriali o settoriali) nelle quali si verificano **asimmetrie informative o d'offerta**.

- Il **Piano Industria 4.0**, **l'Agenda Digitale** e gli altri **programmi nazionali e regionali** in materia di innovazione digitale rappresentano il **quadro di riferimento** nell'ambito del quale si inserisce l'iniziativa dei **Punti impresa digitale**
- La capillare presenza sul territorio del sistema camerale consente di creare una rete di prossimità in grado di diffondere efficacemente iniziative e servizi volti alla digitalizzazione delle imprese

2. I Punti Impresa Digitale: la logica di intervento

Un obiettivo di particolare rilevanza per i PID è costituito dalla **crescita della consapevolezza delle imprese** sulle soluzioni possibili offerte dal digitale e sui loro benefici.

Ciò implica non solo un processo a carattere informativo ma anche una forma di partecipazione diretta (dal "toccare con mano" le possibili soluzioni a forme di collaborazione "attiva" in *workshop* e *living labs*) e di assistenza nella fase di implementazione degli interventi ("*execution*").

Le fasi del processo di *awareness* sono quindi collegate al **grado di coinvolgimento dell'impresa**:

- informazione e sensibilizzazione sui temi, tipicamente attraverso eventi, seminari, servizi di desk;
- consapevolezza sul proprio posizionamento sui temi del digitale, attraverso forme di autovalutazione, a partire dal modello sul grado di maturità digitale in corso di predisposizione da parte del MISE, fino ad assessment di tipo organizzativo e di mercato tarati sulle caratteristiche dell'impresa, in particolare dimensione e settore di mercato in cui opera;
- verifica di esempi concreti e di *best-practice* che assumono il valore di benchmark e sono elementi di stimolo all'adozione di innovazioni;
- decisione sulla necessità di realizzare interventi e, quindi, di individuare soggetti in grado di assistere l'impresa nella fase di *execution*;
- partecipazione a momenti di sperimentazione condivisi, anche in collaborazione-competizione con le altre imprese, nei quali l'impresa non recepisce solo soluzioni ma è soggetto propositivo;
- elaborazione di progetti condivisi con altri partner fino a prefigurare soluzioni comuni (es. reti d'impresa, adozione di standard e protocolli condivisi) e proposte anche alle istituzioni.

Il coinvolgimento delle imprese è fortemente dipendente dalla capacità delle camere di commercio (come di qualsiasi altra struttura con obiettivi di progetto simili) di **sposare una logica di tipo "push"**, ossia di effettuare una azione costante e diretta su target di imprese da informare sulle iniziative attivate dal PID. Per questo motivo, come più avanti evidenziato, vengono messi in campo alcuni strumenti di supporto tra cui la **piattaforma CRM** e la **figura dei digital promoter**.

Se questo è, in larga massima, il campo d'azione dei PID è necessario tener conto di alcuni elementi di particolare rilevanza:

- 1) **quali aspetti – concretamente – il PID camerale può assumere come terreno d’azione;**
- 2) **il raccordo con gli altri soggetti** che operano nel medesimo ambito di supporto allo sviluppo imprenditoriale, **in particolare le associazioni imprenditoriali;**
- 3) **le iniziative presenti sul territorio, in particolare quelle attivate dalle Regioni,** al fine di ricercare il massimo delle sinergie ed evitare inutili e dispersive duplicazioni;
- 4) **l’inquadramento nella strategia del Piano nazionale Industria 4.0;**
- 5) **l’esigenza di assicurare un insieme minimo di funzioni di supporto alle imprese** tale da assicurare il raggiungimento di economie di scala e di rete e rispondere ad un principio, anche etico, di **assicurare pari opportunità indipendentemente dal settore o dal territorio di appartenenza, come si conviene ad un’iniziativa operata da un soggetto pubblico quali sono le camere di commercio.**

Nel tenere in conto di questi elementi, il presente progetto traccia un ruolo dei PID basato su **elementi comuni ed ampie possibilità di adattamento alla realtà regionale e locale.**

Di seguito viene presentata la proposta organizzativa dei PID.

3. Organizzazione e servizi dei PID

Come evidenziato i Punti Impresa Digitale sono servizi localizzati presso le camere di commercio dedicate alla diffusione della cultura e della pratica della diffusione del digitale nelle MPMI di tutti i settori economici.

Sul tema dell’approccio multisetoriale dei PID si evidenzia che il supporto offerto dai PID alle imprese riguarderà, **oltre alle tematiche manifatturiere tipiche di Industria 4.0,** anche diversi campi applicativi quali, a titolo esemplificativo:

- **l’agricoltura di precisione** con l’utilizzo di tecnologie digitali finalizzate a conciliare l’aumento della produttività, la riduzione dei costi, la sostenibilità ambientale e la sicurezza e qualità dei prodotti;
- **l’artigianato digitale,** con il nuovo paradigma della produzione digitale, della stampa 3D, dei progetti opensource, rispondendo alle esigenze di diversificazione e personalizzazione ed aprendo le porte a nuovi modelli di business nell’artigianato di produzione e di servizio;
- **l’edilizia 4.0,** non solo nella produzione di materiali, componenti ed impianti quanto in termini di applicazione agli edifici, ad esempio, dell’IoT (sicurezza, efficienza energetica, domotica, manutenzione), progettazione e gestione cantieri, robotica applicata a costruzioni ed installazioni;
- **negozi smart,** dall’utilizzo di strumenti digitali e *l’internet of things* per il *proximity marketing*, la cura della *shopping experience* e della relazione con il cliente, la movimentazione *in-store* e la gestione di magazzino e della supply chain per comprendere i più “usuali” (ma non sempre diffusi) strumenti del web 2.0 (es. social media).

Questi solo alcuni esempi ai quali si aggiunge un vasto insieme di possibili ambiti applicativi, dal **turismo alla ristorazione, ai servizi all'impresa ed alla persona.**

In ciascuna camera di commercio sarà presente almeno un Punto (almeno 60 punti), specializzato sul tema del digitale ed integrato nell'organizzazione della camera e **con un possibile coordinamento anche a livello regionale.**

Al network di punti «fisici» si aggiunge quello della presenza in rete attraverso il ricorso ad un'ampia gamma di strumenti digitali che vanno da siti specializzati, forum e community, utilizzo dei social media

Presso Punto Impresa Digitale sono presenti risorse professionali, materiali (locali ed attrezzature) ed immateriali (es. materiali video e multimediali, banche dati, library informative) necessarie alla realizzazione alla produzione dei servizi.

Le risorse professionali previste sono rappresentate da:

- **Digital Leader** (o «ambassador»): è il coordinatore del PID camerale. Presidia l'intero PID ed il conseguimento dei risultati. Sviluppa il sistema di accordi con gli altri soggetti locali e regionali (altre strutture della camera, regioni, associazioni, ecc.). E' membro del gruppo nazionale di coordinamento del network. Ha la responsabilità della compliancy normativa
- **Digital coordinator:** funzionari della camera (o aziende speciali) - con esperienza di servizi per l'innovazione, promozione o internazionalizzazione - che presidiano il rapporto con le imprese. Svolgono l'assessment iniziale d'impresa con l'ausilio di tool di valutazione e di esperti nazionali e locali. Coordinano i digital promoter. Si rapportano operativamente con le altre strutture camerali nazionali e locali, con i Competence Center e con la rete di partner tecnologici
- **Digital promoter:** mediamente 3 per PID, criteri di selezione e formazione analoghi a quelli di «crescere in digitale» (prevalentemente giovani con competenze nel mondo del digitale con contratto annuale). Sviluppa azioni di promozione (inclusa quella diretta presso le imprese), comunicazione ed assistenza.
- **Digital mentor:** esperto selezionato dalla struttura nazionale in collaborazione con le camere di commercio che offre gratuitamente supporto di indirizzamento / consulenza alle MPMI (mentee) sulla base dell'accettazione di un codice di condotta (gratuità, riservatezza, ecc.). Opera sia attraverso incontri diretti che in modalità di «web mentoring»

I servizi sono, viceversa, raggruppati nelle seguenti categorie:

- A. Servizi informativi di supporto al digitale, all'innovazione, I4.0 ed Agenda Digitale**
- B. Assistenza, orientamento e formazione sul digitale**
- C. Interazione con i Competence Center e le altre strutture partner nazionali e regionali (es. associazioni, partner tecnologici, strutture ed iniziative regionali, laboratori, ITS, ecc.)**
- D. Servizi specialistici per la digitalizzazione in collaborazione con Aziende speciali e le altre strutture del Sistema camerale**

Di seguito una possibile articolazione di base dei servizi previsti, ovviamente soggetta ad adattamenti per tenere conto delle diverse realtà regionali e locali.

A) Servizi informativi di supporto al digitale, all'innovazione, I4.0 ed Agenda Digitale (informazioni tramite guide su web, booklet di presentazione, call center, servizi informativi presso il PID, ecc.):

- opportunità del piano I4.0, sistema degli incentivi, collaborazione alla predisposizione delle FAQ;
- informazioni sui programmi nazionali e regionali (es. bandi dei PON e dei POR) a favore della digitalizzazione dei processi produttivi e di servizio;
- supporto informativo alle azioni previste dal Piano Agenda digitale, in particolare in tema di e-government;
- informazioni sulla fatturazione elettronica e la conservazione sostitutiva dei documenti;
- Informazioni sul pre commercial public procurement (commesse pubbliche) per l'innovazione.

B) Assistenza, Orientamento e Formazione sul digitale:

- Assessment del grado di «maturità digitale» definito dal MISE
- Valutazione risultati con un esperto del PID ed individuazione aree di miglioramento aziendale
- Individuazione degli interventi più adatti al singolo caso e dell'eventuale programma formativo suggerito
- Visita guidata all'Experience center con la presentazione di casi pratici di impiego del digitale
- Messa in contatto dell'impresa con strutture di assistenza per l'execution, camerali e dei partner.
- Servizi di mentoring

Sul tema dell'Experience center si evidenzia come l'ampia articolazione delle tematiche coperte dai PID suggerisca una soluzione basata su due momenti:

- quello di tipo virtuale, con una presentazione agli imprenditori permanente (ed assistita) di materiali video (es. casi applicativi e best practice) e documentazione, il che consente anche economie di scala nella produzione dei contenuti;
- quello di una demo-area con la presenza anche di attrezzature fisiche (es. stampanti 3D) su base temporanea ed in collaborazione con i produttori / distributori. In sostanza, uno spazio di tipo dimostrativo da allestire per eventi di presentazione relativi alle tematiche, di volta in volta, affrontate.

C) Interazione con i Competence Center e le altre strutture partner nazionali e regionali (es. associazioni, partner tecnologici, strutture ed iniziative regionali, laboratori, ITS, ecc.)

Sull'aspetto delle strutture per l'execution i Punti si avvalgono, altresì, di una rete di partner (competence center, DIH di Confindustria e RE.TE, università, associazioni di categoria e quelle professionali, ecc.), cui indirizzano le imprese per i servizi tecnologici e relativi interventi formativi maggiormente specializzati.

In proposito sono previste due linee di azione per le quali è prevista anche la destinazione di una quota del budget di progetto:

- accordi che le camere di commercio potranno sviluppare a livello locale, regionale ed, eventualmente, nazionale per la produzione di alcuni servizi specializzati del PID;
- voucher alle imprese per la realizzazione di interventi specifici per ciascuna impresa.

D) Servizi specialistici per la digitalizzazione in collaborazione con Aziende speciali e le altre strutture del Sistema camerale

Si tratta dei servizi a carattere tecnologico o comunque connessi alle innovazioni che le aziende intendono adottare in collegamento a processi di digitalizzazione. Hanno la caratteristica di essere disponibili a richiesta dell'azienda e prodotti internamente dalla camera o da strutture camerali (es, aziende speciali) locali, regionali o nazionali. Ad esempio, se il servizio di assistenza alla protezione della proprietà intellettuale (marchi, brevetti, design, copyright) non è presente nella specifica camera, essa potrà avvalersi di un centro PIP o PATLIB di un'altra struttura camerale. Tra i servizi attivabili dalle camere si evidenziano:

- Servizi connessi ad Agenda Digitale ed al rapporto con la PA (es. CNS, SPID, Fatturazione elettronica, PagoPA, e-procurement della PA)
- Normativa tecnica e sistemi di certificazione di prodotto, impresa, filiera e professioni. Punto di accesso alla normativa tecnica. Corsi e seminari sulla cultura della qualità e della certificazione. Informazioni su sistemi di certificazione delle professioni in campo ICT
- Funding: programmi finanziati regionali, nazionali ed europei nel campo della R&S&I e sulle opportunità di finanziamento privato (Istituti di credito, VC, altre fonti finanziarie)
- Aspetti legali, privacy e cybersecurity
- Protezione della proprietà intellettuale (centri PIP e Patlib)
- Efficienza energetica e sostenibilità ambientale – Economia circolare
- Nuovi modelli di business e valutazione progetti d'impresa

Piattaforme e servizi condivisi

I Punti Impresa Digitale costituiscono un network che non è caratterizzato solo da obiettivi e modalità d'azione comuni ma anche da alcuni servizi comuni. Ciò risponde a logiche di tipo economico (economie di scala), alle necessità di gestione del network, di monitoraggio e misurazione delle performance e per motivi di tipo tecnico-operativo.

Tra gli aspetti di tipo condiviso si segnalano:

- la **formazione dei funzionari camerali**, almeno per gli aspetti di tipo comune, tra cui le modalità di promozione ed erogazione dei servizi;
- la selezione e costituzione del servizio dei **digital promoter**;
- l'acquisizione in ogni fase, dalla promozione, alla partecipazione agli eventi, ai risultati degli interventi (anche di quelli sviluppati dai competence center ed altri soggetti coinvolti attraverso specifiche schede di feedback) di informazioni sulle imprese coinvolte nel progetto. Ciò risulta essere essenziale anche per lo sviluppo di un processo continuativo di profilazione necessario a rendere maggiormente mirate le iniziative camerali e consentire il **monitoraggio delle attività del network e dei risultati**. In sostanza, l'utilizzo di una **piattaforma nazionale di CRM** collegata anche all'insieme dei dati e dei servizi camerali, in gran parte gestiti da InfoCamere;
- la produzione di **materiale multimediale** per l'Experience center ed ulteriori **servizi e documentazioni comuni** (dai booklet di presentazione alla gestione di community e forum);
- le campagne di **promozione del network** nel suo insieme.

Inoltre è necessaria la reazione di un momento di **condivisione e governance del network** che può essere realizzato anche in forma di commissione o gruppo di coordinamento, con la presenza di **rappresentanze camerali, Unioncamere, MISE e Regioni** senza la necessità di creare apposite strutture societarie o consortili.

4. Il budget di progetto

Le principali voci di spesa per la realizzazione del progetto sono finalizzate (in proporzione, rispettivamente, di 2/3 ed 1/3) a due principali obiettivi:

- Avvio e gestione dei PID;
- Interventi a favore delle imprese (voucher)

Per quanto riguarda il primo aspetto si evidenzia che le spese previste hanno natura **incrementale**, ossia, riguardano solo le componenti aggiuntive - necessarie al progetto - rispetto a quanto previsto dalle attività camerali ordinarie. Di seguito le voci di spesa, nella massima parte di funzionamento ed adattabili alle esigenze e scelte organizzative delle camere, costituite da:

- **Personale camerale**, in misura media di 5 dipendenti per camera dedicati al 50% al progetto, equivalenti a 2,5 FTE. Non è prevista alcuna nuova assunzione (peraltro vietata dalla legge). Il numero complessivo dei dipendenti camerali (camere e/o aziende speciali) coinvolti è di 150 FTE per 60 PID. La spesa comprende selezione, formazione e retribuzioni per l'equivalente di un funzionario di categoria D3 (45.000 euro di costo) più 4.000 euro una-tantum di formazione;
- **Digital promoter**, in media 3 "giovani digitali" per PID da selezionare e contrattualizzare secondo quanto già avviene per il progetto "Crescere in digitale". La spesa annuale per digital promoter è valutata in 15.000 euro più 2.000 euro di formazione (incluse trasferte);
- **Mentor**, il servizio è svolto gratuitamente dai mentor con il riconoscimento delle sole spese (trasferte, spese documentate) per un massimo di 3.000 euro/mentor. Analogamente ad altri progetti è prevista una spesa per la selezione e gli eventi di *matchmaking* mentor-mentee
- **Piattaforme comuni, software e banche dati**. La stima è di c.a. 40.000 euro/PID di cui 1/2 dedicato alle piattaforme comuni e materiali multimediali e di documentazione ed il resto all'adeguamento software ed all'acquisto di banche dati sulla scorta della situazione specifica e scelte di servizio di ciascuna camera;
- **Comunicazione e marketing**, sono stimati 10 eventi per PID per una media di 2.000 euro ciascuno cui si aggiungono 15.000 euro per spese pubblicitarie e di promozione locali e 5.000 euro di compartecipazione alle campagne ed eventi nazionali;
- **Servizi camerali di supporto**, si tratta delle spese che la camera sostiene per l'acquisto da aziende speciali ed altre strutture camerali di servizi tecnologici, formativi, economico-finanziari funzionali al funzionamento del PID. Si tratta di un costo variabile in funzione dell'ampiezza dei servizi offerti e delle dotazioni organizzative interne della camera. E' stimato mediamente in 30.000 euro per PID;
- **Servizi esterni**, sono le spese che la camera sostiene per l'acquisizione di servizi tecnici di supporto (o collaborazioni) da soggetti quali università, imprese, poli tecnologici, professionisti e associazioni imprenditoriali. Anche in questo caso è un costo variabile in funzione delle caratteristiche e scelte della camera. E' stimato in 40.000 euro per camera;

- **Locali e loro adeguamenti, attrezzature video ed altri impianti**, comprendono spese relative all'adeguamento degli ambienti, impianti, attrezzature informatiche. Sono stimati in una media di 40.000 euro per PID, variabili in funzione della situazione specifica di ciascuna camera.
- **Spese generali**, comprendono i consumi connessi all'attività del PID, i costi di gestione amministrativa (es. voucher) e di direzione. Sono stimate nell'8% del totale delle voci precedenti.
- **Oneri fiscali**, comprendono l'IVA indetraibile e le altre imposte e tasse connesse all'attività del PID. Sono stimati nella misura del 10% delle voci precedenti (escluse spese generali) e dipendenti essenzialmente dall'IVA.

Per quanto riguarda i Voucher si stima circa 2.500 – 3.000 euro a Voucher.

Considerando l'insieme dei 60 punti la spesa annua per il periodo 2017 – 2019 del progetto è, quindi, di:

Avvio e funzionamento dei PID	28 Meuro
Voucher alle imprese:	15 Meuro
TOTALE SPESA ANNUA	43 Meuro

A partire dal secondo anno le minori spese di avvio verranno utilizzate per l'incremento dei voucher a disposizione delle imprese.

RISORSE FINANZIARIE ANNUE DEL PROGETTO

(60 PID, Anni 2017-2019)

Voci di spesa	Importo annuo ^(**)	%
Personale camerale dedicato e formazione ^(*)	7.950.000	28,2%
Digital promoter (giovani a contratto, selezione, formazione, retribuzioni)	3.060.000	10,8%
Servizio di Mentoring	1.300.000	4,6%
Piattaforme software, materiale multimediale, banche dati, servizi	2.400.000	8,5%
Comunicazione e marketing	2.400.000	8,5%
Servizi da strutture camerale di supporto al network	1.800.000	6,4%
Servizi esterni dei PID	2.600.000	9,2%
Location ed attrezzature	2.400.000	8,5%
A) Totale progetto al netto di spese generali ed oneri fiscali	23.910.000	84,7%
Spese generali	1.912.800	6,8%
Oneri fiscali	2.391.000	8,5%
B) TOTALE PROGETTO	28.213.800	100%
Voucher alle imprese	15.000.000	-
TOTALE INCLUSI VOUCHER	43.213.800	-

(*) Non è prevista alcuna nuova assunzione di personale

(**) A partire dal secondo anno le minori spese di avvio verranno utilizzate per l'incremento dei voucher a disposizione delle imprese



La nuova iniziativa del sistema camerale sui servizi di orientamento al lavoro e alle professioni

Relazione illustrativa

1. IL QUADRO DI RIFERIMENTO

1.1 L'ASSETTO NORMATIVO

Negli ultimi anni, il ruolo delle Camere di Commercio sui temi dell'orientamento, dell'alternanza scuola-lavoro e dell'incontro domanda-offerta di formazione e lavoro si è progressivamente ampliato e rafforzato, anche per effetto dei provvedimenti normativi che hanno riconosciuto al Sistema Camerale specifiche competenze e funzioni. Già prima della riforma, l'evoluzione del quadro legislativo nell'arco temporale compreso tra il 2003 e il 2015 aveva assegnato alle CCIAA le seguenti competenze:

- ✓ cooperare con le istituzioni scolastiche e universitarie in materia di alternanza scuola-lavoro e orientamento al lavoro e alle professioni (d.lgs. 23/10);
- ✓ ricoprire un ruolo istituzionale per la realizzazione e diffusione di servizi e strumenti per l'alternanza scuola-lavoro, quali soggetti da coinvolgere in sede di progettazione, attuazione e valutazione dei percorsi formativi (legge n.53/2003 e d.lgs. 77/2005), rafforzato con la riforma della scuola attraverso l'istituzione del registro nazionale per l'alternanza scuola lavoro (legge 107/2015);
- ✓ contribuire a favorire i percorsi di orientamento per gli studenti, prevedendone il coinvolgimento attivo nella stipula di specifiche convenzioni per la progettazione, realizzazione e valutazione delle iniziative e dei percorsi orientativi delle istituzioni scolastiche e universitarie (decreto legge 104/2013, convertito in legge 128/2013);
- ✓ svolgere funzioni di intermediazione tra domanda e offerta di lavoro in "regime particolare di autorizzazione" (d.lgs. 276/2003, in attuazione della legge 128/2013);
- ✓ concorrere alla realizzazione ed allo sviluppo delle reti territoriali per i servizi di istruzione, formazione e lavoro e per l'individuazione e validazione degli apprendimenti, con riferimento al sistema nazionale di certificazione delle competenze (legge 92/2012 e relativo d.lgs. attuativo n.13/2013).

La legge di riforma del Sistema Camerale, con il *decreto legislativo 219 del 25.11.2016 (art.2 lettera e)*, ha definitivamente sancito e formalizzato tale ruolo, assegnando ufficialmente alle Camere di commercio la funzione di **orientamento al lavoro e alle professioni anche mediante la collaborazione**

con i soggetti pubblici e privati competenti, in coordinamento con il Governo e con le Regioni e l'ANPAL attraverso:

- la tenuta e gestione del **registro nazionale per l'alternanza scuola-lavoro**, sulla base di accordi con MIUR e MLPS;
- la collaborazione per la realizzazione del **sistema di certificazione delle competenze**, in particolare acquisite in contesti non formali e informali e nell'ambito dei percorsi di alternanza scuola-lavoro;
- il **supporto all'incontro domanda-offerta di lavoro**, attraverso servizi informativi anche a carattere previsionale volti a favorire l'inserimento occupazionale e a facilitare l'accesso delle imprese ai servizi dei Centri per l'Impiego, in raccordo con l'ANPAL;
- il sostegno alla **transizione dalla scuola e dall'università al lavoro**, attraverso l'orientamento e lo sviluppo di servizi, in particolare telematici, a supporto dei processi di placement svolti dalle Università.

1.2 GLI ACCORDI NAZIONALI DI COLLABORAZIONE

Il 12 dicembre 2016 è stata siglata l'**intesa istitutiva del Registro Nazionale per l'Alternanza Scuola Lavoro (RASL)** che, oltre a disciplinarne le finalità e le funzioni, prevede specifiche forme di collaborazione tra il sistema camerale, il sistema educativo di istruzione e formazione e il mondo del lavoro per:

- ✓ valorizzare il Registro come strumento di trasparenza, pubblicità e di programmazione delle politiche e degli interventi mirati alla maggiore diffusione dell'alternanza scuola lavoro e dell'apprendistato e al raccordo tra scuola e mondo del lavoro;
- ✓ facilitare il monitoraggio, la conoscenza delle attività, il raccordo tra scuola e mondo del lavoro, individuando e condividendo ulteriori informazioni da raccogliere e inserire nel RASL rispetto a quelle contenute nel Registro delle imprese, anche attraverso l'utilizzo e la messa a sistema di altre banche dati a disposizione delle Parti.

L'intesa prevede inoltre di:

- ✓ predisporre analisi sulle caratteristiche economico-produttive e sui fabbisogni occupazionali dei territori, nonché studi e analisi aggregate sui

soggetti che si rendono disponibili ad effettuare percorsi di alternanza scuola lavoro e apprendistato;

- ✓ rendere disponibili i riferimenti delle scuole per tipologia di percorso formativo e territorio, così da facilitare i contatti tra CCIAA, imprese, enti pubblici e privati e mondo dell'istruzione e della formazione;
- ✓ collaborare all'organizzazione di incontri e laboratori per studenti e docenti sul rapporto tra i giovani e l'economia;
- ✓ promuovere, ciascuno nell'ambito della propria autonomia e della rispettiva competenza, anche attraverso specifici protocolli di intesa a livello territoriale, iniziative volte a favorire la diffusione del Registro, della progettazione di percorsi di alternanza scuola lavoro e di apprendistato, come strumenti di facilitazione del raccordo tra scuola, impresa ed enti per l'occupabilità dei giovani.

Il 20 dicembre 2016 è stato poi siglato un **protocollo di collaborazione stabile e continuativa tra il sistema delle CCIAA e l'ANPAL** attraverso la condivisione di strategie e azioni per il rafforzamento dei sistemi informativi a supporto del mercato del lavoro, nonché per il raccordo sui territori tra i sistemi imprenditoriali e la rete nazionale dei servizi per le politiche del lavoro. A tal fine si prevede, tra l'altro, di progettare e realizzare congiuntamente applicazioni informatiche per:

- ✓ rendere possibile la conoscenza delle opportunità di lavoro nei diversi ambiti territoriali;
- ✓ consentire l'individuazione di cluster di imprese ad elevata potenzialità di assunzione
- ✓ fornire informazioni per l'orientamento formativo e lavorativo mediante guide personalizzate "on line".

2. IL RUOLO DEL SISTEMA CAMERALE

Il posizionamento delle Camere di Commercio sta sempre più evolvendo da un ruolo di garanzia e “compliance” amministrativa a un ruolo attivo di motore di sviluppo dei sistemi economici locali, attraverso iniziative che rendano sempre più stretto il *collegamento tra formazione>orientamento>lavoro>impresa* e rafforzino, quindi, i processi operativi tra scuola, università e impresa.

Nello specifico, alle imprese è necessario garantire maggiori possibilità di trovare le persone, le professionalità e le competenze di cui hanno bisogno, favorendone così la crescita.

A chi studia e a chi cerca un lavoro - ma anche a chi è già occupato - occorre offrire maggiori opportunità di sviluppare le conoscenze, le competenze e le esperienze utili per migliorare la propria “occupabilità” e favorire la crescita personale e professionale.

Il ruolo di “motore di sviluppo delle economie locali” prefigura quindi per le Camere di Commercio, anche per quanto concerne i temi del mercato del lavoro e della transizione formazione–impresa, una posizione di rilievo nei confronti:

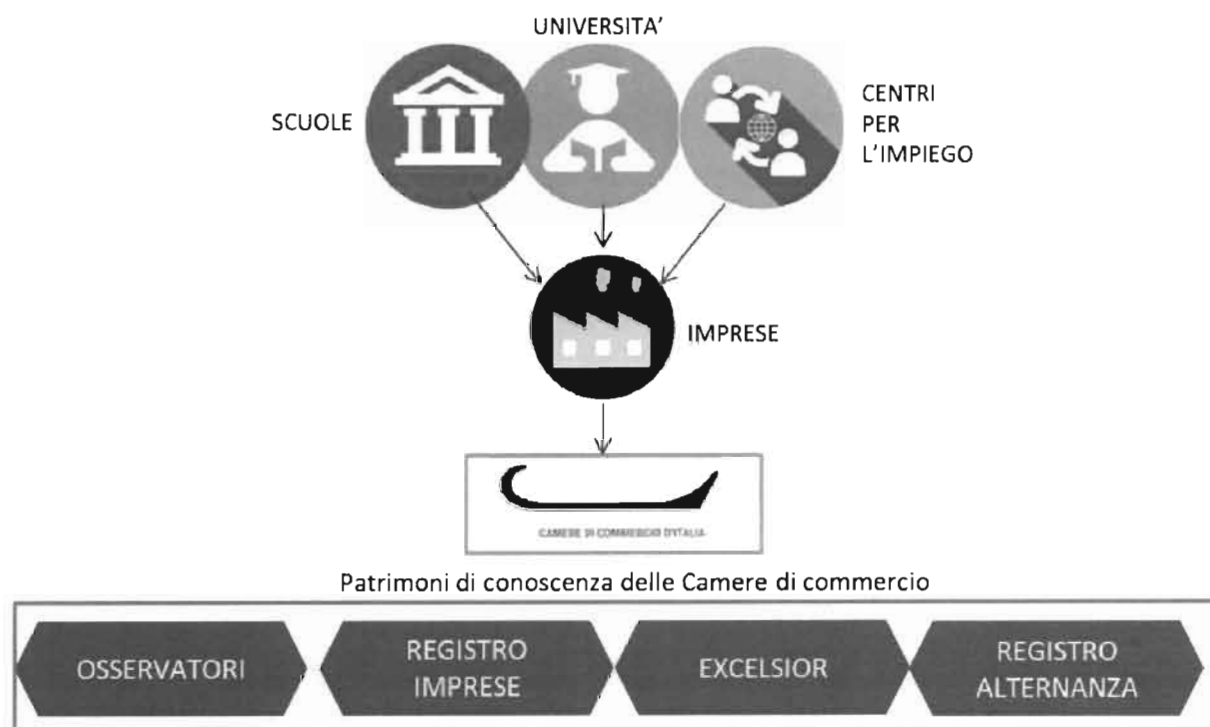
- dei potenziali partner locali, con l’obiettivo di rafforzare il networking per strutturare un’offerta locale integrata e sinergica di servizi per lo sviluppo delle economie locali,
- delle diverse tipologie di target di utenza, con l’obiettivo di rappresentare una “porta di accesso” ai servizi del territorio per lo sviluppo economico ed occupazionale.

Per ricoprire tale ruolo, il sistema camerale mette a disposizione dei sistemi formativi e delle politiche attive del lavoro un patrimonio di informazioni ampio e articolato a supporto delle loro attività, in particolare per l’orientamento, la definizione dei piani dell’offerta formativa, l’alternanza scuola lavoro. Nello specifico, i principali asset oggi fruibili sono:

- il **Registro delle Imprese**, che costituisce la vera e propria anagrafe delle imprese, in cui si trovano i dati di costituzione, modifica e cessazione di tutte le imprese con qualsiasi forma giuridica e settore di attività economica, con sede o unità locali sul territorio nazionale. Fornisce un quadro completo della situazione giuridica ed economica di ciascuna

impresa ed è un formidabile patrimonio informativo della realtà imprenditoriale nazionale, consentendo l'elaborazione di analisi e indicatori di sviluppo economico ed imprenditoriale in ogni settore e area di appartenenza;

- il Sistema Informativo **Excelsior**, che ricostruisce annualmente e trimestralmente il quadro previsionale della domanda di lavoro e dei fabbisogni professionali e formativi espressi dalle imprese, fornendo indicazioni di estrema utilità soprattutto per supportare le scelte di programmazione della formazione, dell'orientamento e delle politiche del lavoro;
- il portale **FILO**, piattaforma nata per integrare le competenze, le conoscenze, i sistemi e gli strumenti della rete degli sportelli del sistema camerale per la formazione, l'imprenditorialità, il lavoro e l'orientamento;
- il **Registro dell'Alternanza Scuola Lavoro (RASL)**, la piattaforma ufficiale realizzata e gestita dal sistema camerale d'intesa con MIUR e MLPS per promuovere e sviluppare i percorsi scolastici in alternanza e l'apprendistato, dando ai giovani la possibilità di fare esperienze di apprendimento on the job nelle imprese, negli studi professionali e negli enti pubblici, privati e non profit;
- **Movimprese**, che fornisce un'analisi statistica trimestrale della natalità delle imprese e consente di analizzare le dinamiche della struttura economica dei territori e della nascita e cessazione delle imprese;
- gli altri **osservatori** che il Sistema camerale elabora in relazione alle esigenze ed alle necessità di analisi socio-economica del paese.



In particolare, **le piattaforme telematiche del sistema camerale già esistenti** (RASL ed Excelsior), opportunamente integrate con il Registro Imprese e con gli altri osservatori, **dovranno evolvere costituendo una vera e propria piattaforma di matching tra domanda ed offerta di competenze**, come già positivamente sperimentato in alcune realtà locali, in grado di funzionare da repository di know-how e competenze disponibili, garantendone l'intermediazione a fini sia occupazionali, sia di percorsi di alternanza scuola-lavoro.

Si tratta, nello specifico, di utilizzare il patrimonio informativo disponibile per costruire e alimentare una piattaforma integrata nazionale che serva da riferimento per imprese, lavoratori e operatori, quale strumento propedeutico per favorire efficaci interventi di politica attiva del lavoro. Le Camere di commercio possono in tal modo costituire un importante punto di riferimento per la raccolta di informazioni, la predisposizione di chiavi di lettura dei fenomeni osservati, l'indicazione delle principali sofferenze e dei punti di forza del mercato del lavoro locale, per essere interlocutrici degli interlocutori ed operatori, pubblici e privati, con i quali condividere i giacimenti informativi disponibili.

3. IL MODELLO

Gli obiettivi finali del servizio di orientamento al lavoro ed alle professioni sono, in estrema sintesi, i seguenti:

- fare **incontrare domanda e offerta di tirocini formativi**, anche attraverso attività di promozione, animazione e supporto alle imprese;
- favorire il placement e sostenere università, agenzie per il lavoro e centri per l'impiego e far **incontrare domanda e offerta di lavoro**, in particolare laureati, diplomati ed apprendisti, supportando - ove necessario - anche l'autoimpiego e l'autoimprenditorialità come politica attiva del lavoro.

Per raggiungere tali obiettivi occorre costituire, d'intesa ed in stretta collaborazione operativa con Regioni, Agenzie regionali per il lavoro, CPI e ANPAL, un network in grado di collegare tutti i diversi attori (persone, scuole, imprese, agenzie per il lavoro, enti locali, ecc..) e capace di promuovere e sviluppare, con azioni concrete ed efficaci, la filiera che dalla scuola arriva al lavoro, generando benefici attesi per i principali destinatari:

- *Per i giovani*: maggiori opportunità per migliorare la propria occupabilità in un contesto sempre più dinamico e competitivo
- *Per le imprese*: maggiore facilità di accesso a risorse, professionalità e competenze per operare, competere, innovare e svilupparsi.

A Regioni, CPI, Agenzie regionali per il lavoro, ANPAL, scuole, università ed agli altri attori istituzionali del sistema dell'istruzione, della formazione e del lavoro **dovranno essere rese disponibili informazioni puntuali sui fabbisogni professionali delle imprese**, al fine di fare sistema e fornire indicazioni utili per le politiche attive del lavoro di cui sono protagonisti.

L'efficace sviluppo del servizio, unitamente agli altri strumenti disponibili da parte degli altri attori in gioco, potrebbe consentire nel tempo di rafforzare la competitività del sistema Paese attraverso lo sviluppo e la valorizzazione del capitale umano, facilitando e promuovendo l'incontro tra domanda e offerta di formazione e lavoro.

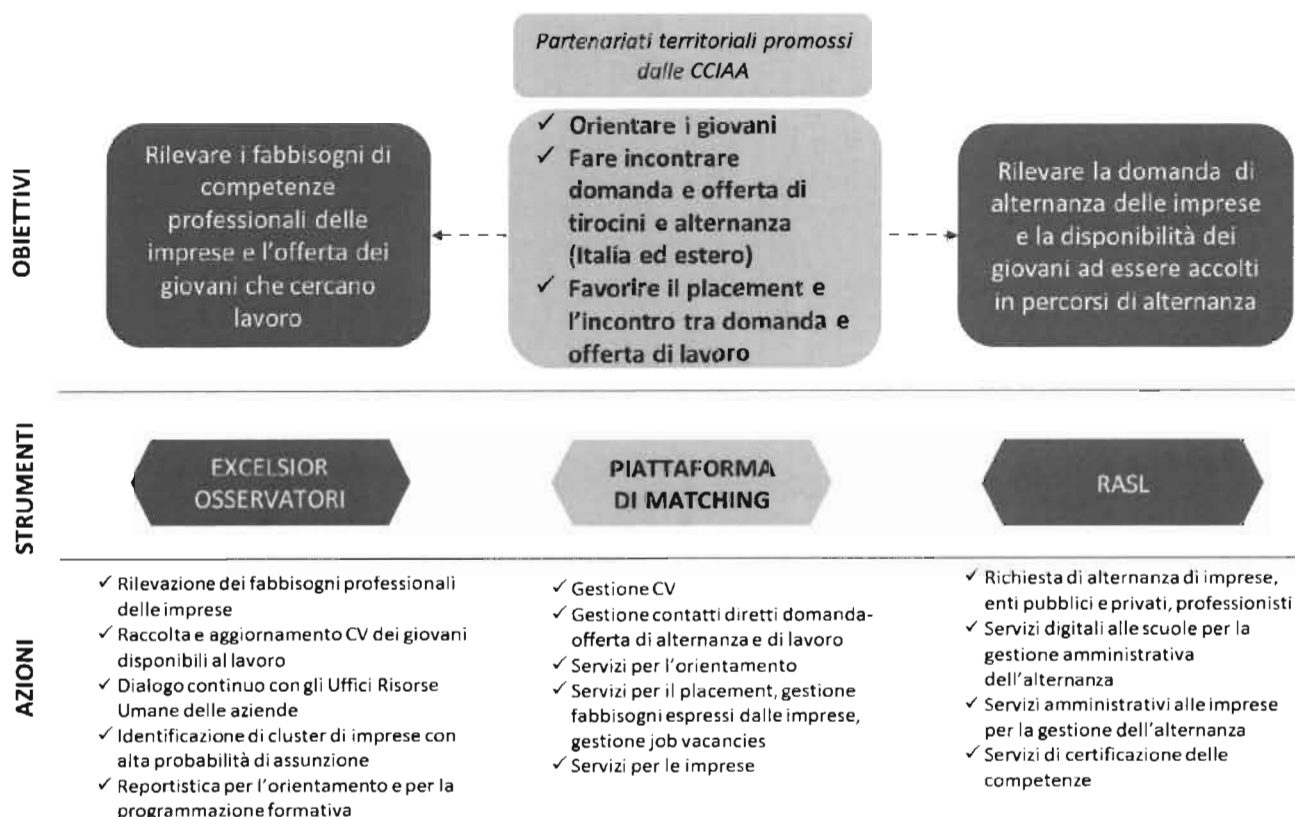
Alla base del network da sviluppare ci dovrà, pertanto, essere la ricognizione continua della domanda di competenze, della disponibilità ad ospitare tirocini formativi, della domanda di assunzioni espressa dalle imprese profit e non profit del territorio; e, dall'altra parte, la disponibilità di curricula ben strutturati grazie al lavoro puntuale con le scuole e le università per

"incrociare" efficacemente la domanda di competenze.

Per animare questo network sarà necessario strutturare un apposito ufficio/servizio camerale con personale (della Camera di commercio ed eventualmente dell'azienda speciale o di altra propria articolazione specializzata) adeguatamente qualificato e quotidianamente impegnato per:

- ✓ contattare/incontrare le imprese del territorio al fine di rilevare la domanda di assunzioni e le competenze ad esse collegate
- ✓ incontrare e mantenere rapporti continuativi con tutte le scuole, gli enti di formazione professionale e le università del territorio di competenza, per approfondire la domanda di competenze delle imprese e aiutare il matching con imprese ed enti per lo svolgimento di tirocini in alternanza (e simili), per supportare la realizzazione di progetti di comune interesse, per favorire il placement.

Il modello di funzionamento del servizio è sinteticamente illustrato nello schema seguente:



Il modello prevede il ruolo centrale delle CCIAA che - in forza di atti negoziali, protocolli ed accordi di partenariato stipulati a livello locale - siano in grado di facilitare l'inserimento di giovani studenti in percorsi di alternanza scuola lavoro e fare incontrare domanda ed offerta di lavoro.

Asse portante dell'operazione è l'evoluzione e l'integrazione delle piattaforme camerale già esistenti (RASL ed EXCELSIOR) nella direzione di un'**unica piattaforma nazionale di matching** - da realizzare con il supporto di Infocamere e **organizzata per partizioni territoriali** - aperta al mondo delle imprese ed al mondo dell'alternanza, fruibile per chi studia e/o cerca lavoro, per le imprese, le scuole, per gli operatori dei sistemi di formazione ed istruzione.

Tale piattaforma dovrà consentire di:

- ✓ compilare, gestire e rendere disponibili on line i curricula dei candidati, sulla base di form prestabiliti;
- ✓ gestire telematicamente i fabbisogni e le richieste delle imprese interessate;
- ✓ consentire da parte delle imprese la ricerca autonoma di collaboratori e personale;
- ✓ gestire telematicamente le disponibilità e le richieste di stage, tirocini, percorsi formativi;
- ✓ gestire i percorsi di alternanza e la relativa domanda-offerta di alternanza scuola lavoro.

L'operazione dovrà essere accompagnata da una serie di servizi di supporto, quali i servizi di orientamento, di formazione, di alternanza scuola lavoro, nonché i servizi rivolti alle istituzioni scolastiche, da un lato, e alle imprese, dall'altro.

La base dei contatti con le imprese del territorio sarà garantita all'interno delle attività previste dal progetto Excelsior, che gestirà indagini continue (mensili); attraverso questa attività di contatto permanente con le imprese, il personale camerale dovrà anche alimentare gradatamente un data base dell'impresa con le quali si è stretto un rapporto di "fiducia" (individuando quelle potenzialmente più "formative" e/o con maggiori possibilità di assunzione per determinati profili ecc.). Queste saranno anche le imprese da coinvolgere nel network:

- ✓ per approfondire ulteriormente i temi delle competenze critiche e interagire con scuole e università così da tarare meglio i curricula formativi;
- ✓ per progettare nuovi profili che ancora non vengono formati o lo sono in maniera sufficiente;

- ✓ per individuare le professioni del futuro;
- ✓ per aiutarle ad iscriversi al RASL e a "qualificare" continuamente le loro attività per l'alternanza, in ottica anche di CSR e di "bollino di qualità".

Sul versante dell'offerta, il servizio/ufficio camerale dovrebbe, attraverso il proprio personale, incontrare le scuole superiori, le università e gli enti di formazione professionale del territorio, al fine di:

- ✓ aiutarli a utilizzare il RASL anche per possibili servizi gestionali dell'alternanza, "fidelizzando" così le scuole stesse;
- ✓ supportare i processi di certificazione delle competenze acquisite in alternanza;
- ✓ farle entrare nel network delle competenze del territorio;
- ✓ fornire assistenza e professionalità per l'orientamento, utilizzando anche il portale FILO e, nello specifico, lo Sportello Virtuale dell'Orientamento (SVO) uno strumento interattivo on line residente sullo stesso portale;
- ✓ aiutare le scuole a co-progettare l'alternanza;
- ✓ supportare le scuole per la partecipazione ai bandi nazionali e internazionali ad esse riservati finalizzati a migliorare la transizione formazione-lavoro;
- ✓ aiutarle a strutturare i curricula degli studenti;
- ✓ aiutarle a dialogare con le imprese.

4. LO SCHEMA DI SERVIZIO

Il modello operativo del servizio è il seguente:



Lo schema di servizio parte da specifiche analisi/esperienze territoriali e, grazie alla disponibilità di piattaforme, dati e informazioni qualificate, si snoda in **processi e funzioni a "profilazione crescente"**: le attività di conoscenza ed a prevalente finalità orientativa fanno da filtro e "qualificazione" dei servizi più direttamente mirati al miglioramento dell'occupazione, attraverso il sostegno a percorsi di lavoro dipendente e indipendente.

L'insieme degli interventi è concertato e programmato nell'ambito di azioni congiunte con gli altri soggetti delle reti locali dei servizi per l'istruzione, la formazione, il lavoro e l'apprendimento permanente. Nello specifico, si tratterà di fare rete e gestire, laddove possibile, percorsi operativi integrati con:

- università
- scuole e reti di scuole
- uffici scolastici regionali e provinciali
- ITS, IFTS e poli tecnico professionali
- altri enti di formazione
- CPI e agenzie del lavoro
- enti locali
- associazioni sindacali
- associazioni imprenditoriali

Il modello è concepito per essere facilmente adattabile ai diversi contesti di operatività; nello specifico, il servizio si configura come un sistema integrato di attività all'interno del quale ogni camera di commercio - nel rispetto del set di servizi – è chiamata a definire un proprio mix, idoneo a rispondere ai fabbisogni del territorio e a valorizzare le esperienze sviluppate localmente in ambiti specifici, esercitando una costante attività di ri-focalizzazione in linea con la domanda locale.

Lo schema di servizio poggia sui seguenti fattori:

- definizione di un set di **servizi di base**, ad erogazione obbligatoria e coperti dal diritto annuale, risultato di un bilanciamento tra i fabbisogni dell'utenza camerale, la mission del sistema camerale e le caratteristiche dimensionali delle singole camere;
- declinazione di una serie di **servizi e strumenti aggiuntivi**, non compresi nel set minimo e non coperti dall'attuale diritto annuale, che ancorché di indubbia utilità per le politiche attive del lavoro, sono da considerarsi erogabili solo in funzione di risorse aggiuntive.

I SERVIZI DI BASE fanno riferimento alla necessità, da parte di ciascuna Camera di Commercio, di dotarsi di un **ufficio/servizio stabile (costituito da un numero adeguato di FTE, in funzione della dimensione camerale, con profili promozionali, statistici ed amministrativi)**, per l'erogazione delle attività obbligatorie, sinteticamente riassumibili come segue:

- ❖ analisi, studi e ricerche per il monitoraggio sistematico sul contesto socio-economico ed i fabbisogni professionali e formativi delle imprese
- ❖ attivazione, sviluppo e animazione di network territoriali con il coinvolgimento delle istituzioni scolastiche, del sistema delle imprese, dei professionisti, del non profit e degli enti locali, per favorire l'attivazione e gestione dei contatti con le aziende per tirocini formativi e di orientamento
- ❖ gestione e promozione del Registro per l'alternanza scuola-lavoro, opportunamente arricchito con servizi di natura "gestionale" dei percorsi di alternanza in grado di garantire qualità e semplificazione

- ❖ azioni di informazione per operatori ed utenti finali dei servizi di orientamento, alternanza, formazione e lavoro.

Il modello dei servizi di base poggia sulla previsione di modalità uniformi di erogazione dei servizi, ispirate alle migliori pratiche sperimentate all'interno del sistema camerale, in modo da assicurare agli utenti di ogni territorio un livello minimo comune di assistenza secondo standard di qualità condivisi.

I SERVIZI AGGIUNTIVI andranno personalizzati da ciascuna Camera in funzione delle specifiche esigenze dei territori e delle caratteristiche socio-economiche degli stessi, al fine di rispondere al meglio alle caratteristiche proprie dei bacini di utenza.

Tali servizi sono sinteticamente così riassumibili:

- ❖ erogazione di **voucher rivolti alle micro, piccole e medie imprese** che partecipano a percorsi di alternanza scuola lavoro, volti a favorire la progettazione di percorsi "di qualità", coprendo parte delle spese collegate alla gestione amministrativa dei percorsi stessi e l'adeguata qualificazione dei tutor aziendali che dovranno seguire i giovani. Tale attività comprende la gestione dei bandi di selezione, la relativa attività di coordinamento delle imprese, la gestione amministrativa e finanziaria dei voucher stessi, nonché tutti i necessari servizi di supporto ai percorsi operativi connessi
- ❖ progettazione ed erogazione di percorsi di **formazione professionale del personale camerale**, allo scopo di garantire adeguati standard di servizio;
- ❖ integrazione di tutte le basi informative attualmente disponibili nel sistema camerale, allo scopo di rendere fruibile a tutti gli operatori istituzionali un patrimonio pressoché unico di conoscenze e competenze da destinare alle politiche attive del lavoro in una **piattaforma di matching**. Tale piattaforma, concepita a livello nazionale, dovrà essere gestita per partizioni territoriali, tenendo conto delle esigenze delle singole Camere;
- ❖ gestione delle attività e dei servizi connessi alla **gestione della piattaforma**, con riferimento ai processi di informazione, orientamento, formazione, alternanza, placement, da profilare a livello locale in funzione delle specificità territoriali;

- ❖ sviluppo dei “network territoriali” con imprese, università, scuole, ITS, poli tecnico professionali, altri enti di formazione, uffici scolastici provinciali, CPI e agenzie del lavoro, enti locali, associazioni imprenditoriali, associazioni sindacali, per favorire la **co-progettazione di percorsi di alternanza scuola-lavoro e tirocini formativi universitari di qualità** e per sostenere **processi efficaci di transizione scuola-università-lavoro**;

Lo sviluppo di “network territoriali” dovrà consentire di:

- ✓ fare emergere i fabbisogni di professionalità e le competenze necessarie per lo sviluppo della competitività delle imprese;
- ✓ migliorare la capacità di risposta dei sistemi formativi (scuola, università, formazione professionale e formazione continua) ai fabbisogni espressi dalle imprese, coinvolgendoli in un processo di consultazione e analisi delle competenze dei futuri lavoratori nei settori innovativi ed emergenti;
- ✓ promuovere la partecipazione delle Camere alle reti territoriali dei servizi di istruzione, formazione, lavoro e apprendimento permanente, valorizzando il ruolo esercitato dal sistema camerale come anello di congiunzione tra sistema della formazione e mondo del lavoro.

Per ciascuna annualità di progetto, è previsto il **monitoraggio** delle attività svolte e dei risultati conseguiti da ciascuna camera di commercio.

3. IL DIMENSIONAMENTO ECONOMICO DEI SERVIZI AGGIUNTIVI

Di seguito si procede ad un primo dimensionamento delle spese inerenti ai servizi aggiuntivi (non coperte dall'attuale diritto annuale) per ciascuna delle tre annualità (2017, 2018 e 2019):

Descrizione delle spese per l'intero sistema camerale	Spesa annua (€ x 000)
<u>Personale</u>	
Spese per il personale camerale utilizzato per la gestione dei <i>servizi aggiuntivi</i> . <i>Si stima che per l'erogazione di tali servizi siano necessari 1,5 FTE medi per singola Camera (n.60 a regime) per una spesa unitaria annua di 50 mila euro per addetto.</i> <i>Non è comunque prevista alcuna nuova assunzione.</i>	4.500
<u>Spese esterne</u>	
○ Voucher da erogare a micro e piccole/medie imprese che partecipano ai percorsi di alternanza scuola-lavoro. <i>Il voucher prevede un importo medio di 600 euro ad impresa a copertura delle spese per l'attività dei tutor aziendali, da erogare attraverso bandi pubblici. Il numero delle aziende stimato è 15.000.</i>	9.000
○ Implementazione della piattaforma di matching (attraverso l'evoluzione ed integrazione delle piattaforme camerali già esistenti). <i>La spesa riguarda principalmente lo sviluppo e la gestione dello strumento, nonché le attività di integrazione del patrimonio informativo disponibile.</i>	1.000
○ Programmi di formazione continua e qualificazione del personale	250
<u>Spese generali</u>	
Sono stimate forfetariamente	750
TOTALE SPESE PER I SERVIZI AGGIUNTIVI	15.500⁽¹⁾

(1) Comprendono l'IVA indetraibile ed eventuali imposte e tasse connesse alle attività del progetto.

NB - La quantificazione da parte delle Camere, fermo rimanendo l'importo complessivo per l'intero sistema, potrà essere oggetto di personalizzazione in funzione delle specifiche esigenze.

A partire dal secondo anno, eventuali minori spese relative ad attività avviate nella prima annualità verranno utilizzate per incrementare i voucher a disposizione delle imprese.