



DELIBERAZIONE N. 5 DEL 22.11.2019

OGGETTO: Art. 18 - comma 10 della Legge 580/93 come modificato dal Decreto legislativo 219/2016: proposta di aumento della misura del diritto annuale per il triennio 2020-2022. Determinazioni.

Il Presidente espone che con nota prot. n. 23958 dell'11/10/2019 il Presidente di Unioncamere nazionale ha trasmesso il parere favorevole espresso dal Ministro dello Sviluppo Economico sull'aumento del diritto annuale, di cui all'art. 18, comma 10, della legge 580/1993 e smi, per il triennio 2020-2022, da realizzare tramite specifici programmi e azioni di sistema. I progetti individuati sono relativi al Punto Impresa Digitale; Turismo; Formazione lavoro; Prevenzione crisi di impresa e supporto finanziario; Preparazione delle PMI ad affrontare i mercati internazionali.

Con successiva nota prot. n. 26130 del 05/11/2019, Unioncamere nazionale ha trasmesso alle singole Camere di commercio il testo dei progetti evidenziando che l'iter previsto dalla normativa prevede la condivisione con le Regioni della delibera del Consiglio delle singole Camere di Commercio; la presentazione dei progetti al MISE da parte di Unioncamere; il decreto di approvazione da parte del Ministro dello Sviluppo economico. Nella stessa comunicazione è, inoltre, specificato che per il progetto PID, unico progetto obbligatorio per tutte le Camere di Commercio, la percentuale non può essere inferiore al 45% del provento netto stimato nel triennio. Per gli altri progetti, le Camere di Commercio valuteranno l'eventuale realizzazione in funzione delle specifiche esigenze territoriali.

Il Consiglio camerale, prosegue il relatore, deve, nella seduta odierna, approvare i progetti da finanziare ex articolo 18, comma 10, legge 580/1993, per il triennio 2020-2022, valutare le percentuali con cui ripartire il finanziamento dei singoli progetti nel triennio, tenendo conto che la percentuale del progetto PID non può essere inferiore al 45%.

Il Presidente dà quindi la parola al Segretario Generale f.f. il quale illustra i progetti finanziabili con l'incremento del 20% del diritto annuale per un valore complessivo, al netto dell'accantonamento al fondo rischi per mancato pagamento diritto annuale, pari a circa 4,6 mln nel triennio.

Il relatore chiarisce che il vincolo imposto da Unioncamere per il finanziamento del progetto PID con una percentuale non inferiore al 45%, oltre ad essere determinato dalla validità delle azioni individuate, è collegato anche al fatto che tali attività sono state riconosciute come best practices dall'Unione Europea.

Dopo la deliberazione del Consiglio, verrà avviata la procedura con l'invio alla Regione, per il tramite di Unioncamere Puglia, della richiesta di formale condivisione dei progetti che, successivamente, saranno trasmessi in via telematica ad Unioncamere Nazionale per l'inoltro al Ministero dello Sviluppo economico.



Solo dopo l'emanazione del decreto di approvazione, decorrerà l'aumento, verosimilmente dai primi di febbraio per le nuove imprese, da giugno per le imprese già iscritte.

Conclude, quindi, evidenziando l'esito positivo delle azioni realizzate nello scorso triennio a sostegno del sistema delle imprese nel territorio di competenza della Camera di Commercio di Bari per cui, se la Camera di Bari deciderà di aderire, potrà farlo su un percorso già consolidato dall'esperienza pregressa.

Il Presidente, nel riprendere la parola, sottopone al Consiglio camerale una proposta di destinazione dell'aumento del diritto annuale che potrebbe prevedere le seguenti percentuali: il 45% al progetto "Punto Impresa Digitale", il 25% al progetto "Turismo", il 20% al progetto "Formazione Lavoro" ed il 10% al progetto "Prevenzione crisi di impresa e supporto finanziario", per un importo complessivo per il triennio 2020-2022 pari ad € 4.655.982,29, da ripartire tra i vari progetti come di seguito specificato:

1. Punto Impresa Digitale € 2.095.192,03;
2. Formazione Lavoro € 931.196,46;
3. Turismo € 1.163.995,57;
4. Prevenzione crisi di impresa e supporto finanziario € 465.598,23.

Oltre alla prosecuzione dei progetti Punto Impresa Digitale e Formazione Lavoro, il Presidente evidenzia che la Camera di Commercio di Bari intende avviare due nuove iniziative, anch'esse di particolare valenza per il sistema produttivo del territorio, nel campo del Turismo e della Prevenzione delle crisi di impresa e supporto finanziario, richiamando, con riferimento a quest'ultimo asset, l'istituto dell'Ocri, novità assoluta per le Camere di Commercio.

Durante la trattazione dell'argomento entrano in aula il Consigliere Carlo Saponaro ed il Componente del Collegio dei Revisori dott. Giovanni Carnevale, assenti all'apertura dei lavori.

Esaurita l'illustrazione dell'argomento si apre un dibattito che fa registrare vari interventi da parte dei consiglieri, così come riportati nel resoconto integrale della seduta.

Conclusi gli interventi e verificato che nessun altro consigliere chiede la parola sul tema in trattazione, il Presidente invita il Consiglio a procedere alla votazione dell'argomento in trattazione

Consiglieri presenti e votanti: n. 19

Voti favorevoli: n. 19

Voti contrari: *nessuno*

Astenuti: *nessuno*

Tutto ciò premesso,



IL CONSIGLIO

- Sentite le relazioni del Presidente e del Segretario Generale f.f. e uditi gli interventi dei Consiglieri Laforgia, Pinto, Sgherza, Saponaro, Bastiani, Scianatico e Caizzi;
- Vista la Legge n. 580/1993 e s.m.i.;
- Visto il vigente Statuto della Camera di Commercio di Bari;
- Vista la Deliberazione di Giunta n. 118 del 25.10.2019 con la quale, fra l'altro, è confermata l'attribuzione delle funzioni di Segretario Generale dell'Ente al Vice Segretario Generale Vicario, Avv. Vincenzo Pignataro, fino al venir meno delle condizioni che ne hanno determinato l'assegnazione avvenuta con Deliberazione di Giunta n. 45 del 17.06.2019;
- Richiamato, in particolare, l'art. 18, comma 10, della Legge n. 580/93, come modificato dal D. Lgs. n. 219/2016, che prevede "per il finanziamento di programmi e progetti presentati dalle 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 ad un massimo del venti per cento";
- Preso atto che il Ministro dello Sviluppo Economico ha preannunciato in una nota al Presidente dell'Unioncamere nazionale, il suo parere positivo sull'aumento del diritto annuale per il prossimo triennio 2020-2022 per realizzare specifici programmi (Punto Impresa Digitale; Turismo; Formazione lavoro; Prevenzione crisi di impresa e supporto finanziario; Preparazione delle PMI ad affrontare i mercati internazionali), evidenziando la necessità che si operi con azioni di sistema;
- Richiamata la nota acquisita al prot. cam. n. 26130 del 05/11/2019, con la quale Unioncamere Nazionale ha inviato alle Camere di Commercio i 5 progetti nazionali finanziati con l'aumento del 20% del diritto annuale da realizzare nel prossimo triennio;
- Preso atto che l'unico progetto "obbligatorio" per tutte le Camere di Commercio è il PID a cui andrebbe destinato almeno il 45% del provento netto stimato nel triennio, mentre per gli altri Progetti, le Camere di Commercio valuteranno l'eventuale realizzazione in funzione delle specifiche esigenze territoriali;



- Esaminata la documentazione istruttoria (Progetti corredati delle relative schede di sintesi e tabelle dei costi) strumentale al provvedimento da assumere;
- Valutata la necessità di realizzare, in aggiunta al Progetto nazionale obbligatorio "Punto Impresa Digitale" ed in funzione delle specifiche esigenze territoriali, i Progetti nazionali "Formazione Lavoro" e "Prevenzione crisi di impresa e supporto finanziario", nonché il Progetto camerale "Turismo";
- Condivisa la proposta di destinare il 45% dell'aumento del diritto annuale al progetto "Punto Impresa Digitale", il 25% al progetto "Turismo", il 20% al progetto "Formazione Lavoro" ed il 10% al progetto "Prevenzione crisi di impresa e supporto finanziario", per un importo complessivo per il triennio 2020-2022 pari ad € 4.655.982,29, da ripartire tra i vari progetti come di seguito specificato:
 1. Punto Impresa Digitale € 2.095.192,03;
 2. Formazione Lavoro € 931.196,46;
 3. Turismo € 1.163.995,57;
 4. Prevenzione crisi di impresa e supporto finanziario € 465.598,23.
- Ritenuto di approvare i suddetti Progetti, con relative schede di sintesi e tabelle dei costi che, allegati al presente provvedimento, ne costituiscono parte integrante e sostanziale;
- Preso atto dell'ampio dibattito sull'argomento, che fa registrare vari interventi dei Consiglieri, integralmente riportati nella trascrizione della registrazione relativa alla seduta dell'Organo consiliare, parte integrante e sostanziale del verbale dell'odierna seduta;
- Preso atto della votazione svoltasi in aula;
- Visto il parere favorevole della Dott.ssa Maria Teresa Monopoli, Titolare P.O. "Staff di Presidenza e di Direzione", in merito alla ricorrenza dei presupposti di fatto e di diritto per l'adozione del provvedimento;
- Visto il parere favorevole del Segretario Generale f.f. in merito alla legittimità del provvedimento;

A voti unanimi espressi ai sensi di legge

DELIBERA

Per le motivazioni espresse in narrativa e qui da intendersi integralmente riportate:

1. di approvare la richiesta di incremento del diritto annuale per il triennio 2020-2022 in misura pari al 20% degli importi annui stabiliti dal decreto ministeriale finalizzando tale incremento alla realizzazione dei seguenti progetti:



- a. Punto Impresa Digitale
 - b. Formazione Lavoro
 - c. Turismo
 - d. Prevenzione crisi di impresa e supporto finanziario
2. di destinare il 45% dell'aumento del diritto annuale al progetto "Punto Impresa Digitale", il 25% al progetto "Turismo", il 20% al progetto "Formazione Lavoro" ed il 10% al progetto "Prevenzione crisi di impresa e supporto finanziario";
 3. di approvare i suddetti Progetti triennali, le relative schede di sintesi e tabelle dei costi che, allegati al presente provvedimento, ne costituiscono parte integrante e sostanziale;
 4. di trasmettere copia del presente provvedimento, con allegati i suddetti Progetti corredati delle relative schede di sintesi e tabelle dei costi, unitamente alla condivisione espressa dalla Regione Puglia, ad Unioncamere Nazionale che provvederà a richiedere al MISE l'autorizzazione all'aumento del diritto annuale;
 5. di dichiarare il presente provvedimento immediatamente esecutivo.

IL SEGRETARIO GENERALE f.f.

(Avv. Vincenzo Rignataro)

IL PRESIDENTE

(Dott. Alessandro Ambrosi)



PROGETTI FINANZIATI CON L'AUMENTO DEL 20% DEL DIRITTO ANNUALE

CAMERA DI COMMERCIO DI **BARI**

Provento netto stimato nel triennio

4.655.982,29

PROGETTI	Valore	Percentuale*
1. Punto impresa digitale**	2.095.192,03	9,00%
2. Formazione lavoro	931.196,46	4,00%
3. Turismo	1.163.995,57	5,00%
4. Preparazione alle PMI ad affrontare i mercati internazionali	-	0,00%
5. Sostegno alle crisi di impresa	465.598,23	2,00%
Quadrilatero (Marche-Perugia)	-	0,00%
TOTALE	4.655.982,29	20,00%



CAMERA DI COMMERCIO
BARI



**Progetti finanziati con l'aumento del 20% del diritto annuale
Triennio 2020-2022**

PUNTO IMPRESA DIGITALE

Relazione illustrativa



1 IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Negli ultimi anni per rilanciare la competitività delle imprese italiane sono stati previsti numerosi interventi di politica industriale che, oltre a supportare, attraverso misure fiscali, gli investimenti in innovazione, ricerca e sviluppo, hanno avuto l'obiettivo di promuovere una nuova cultura d'impresa focalizzata sulle tecnologie abilitanti, sulle competenze digitali e sui nuovi modelli di business, indispensabili a massimizzare i benefici della quarta rivoluzione industriale.

Per supportare le imprese nel raggiungere le finalità sopra esposte è stato altresì istituito il Network Impresa 4.0 costituito da numerosi punti di accesso distribuiti sul territorio nazionale che perseguono, in varie declinazioni, il comune obiettivo di accompagnare e supportare le imprese nella trasformazione digitale attraverso le seguenti attività:

- diffusione della conoscenza sui vantaggi derivanti da investimenti in tecnologie in ambito Impresa 4.0;
- affiancamento alle imprese nella comprensione della propria maturità digitale e nell'individuazione delle aree di intervento prioritarie;
- rafforzamento e diffusione delle competenze sulle tecnologie "abilitanti";
- orientamento delle imprese verso le strutture di supporto alla trasformazione digitale e i centri di trasferimento tecnologico;
- stimolo e supporto alle imprese nella realizzazione di progetti di ricerca industriale e sviluppo sperimentale.

Il network è stato costituito seguendo un approccio sinergico e complementare con le strutture che lo compongono, ovvero:

- Competence Center (CC), centri di alta specializzazione costituiti, nella forma di partenariato pubblico-privato, dal mondo delle ricerca e dell'impresa;
- Digital Innovation Hub (DIH), rappresentati dalle associazioni di categoria, che offrono formazione e supporto specifici per i rispettivi settori di competenza (industria, commercio, artigianato, ecc.);



- Punti d'Impresa Digitale (PID), costituiti dalle Camere di Commercio, con l'obiettivo di favorire la più ampia diffusione della cultura digitale nelle micro, piccole e medie imprese (MPMI).

Alle Camere di commercio viene quindi assegnato un ruolo fondamentale nel favorire la trasformazione digitale delle imprese, soprattutto quelle di più piccole dimensioni che stentano a cogliere le opportunità offerte dalla IV rivoluzione industriale.

In questo contesto si inserisce, inoltre, il Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico del 07.03.2019 che, nell'ambito della mappa dei servizi che il Sistema Camerale è tenuto a fornire su tutto il territorio nazionale, individua i seguenti temi di intervento per sostenere la digitalizzazione delle imprese:

- servizi informativi di supporto al digitale, all'innovazione, I4.0 e agenda digitale;
- servizi di assistenza e orientamento a domanda collettiva;
- promozione dei servizi del PID;
- servizi di assistenza, orientamento e formazione sul digitale personalizzati;
- interazione con i competence center e le altre strutture partner nazionali e regionali;
- servizi specialistici per la digitalizzazione in collaborazione con aziende speciali e altre strutture del sistema camerale.

2 RUOLO E MODELLO DI INTERVENTO DEL SISTEMA CAMERALE

Per garantire il raggiungimento degli obiettivi previsti dal Piano Impresa 4.0 richiamati in premessa, le Camere di commercio d'Italia nel triennio 2017-2019 hanno costituito una vera e propria rete di punti composta da 88 PID capaci di offrire servizi di formazione, informazione e primo orientamento alle MPMI.

Ad oggi, a conclusione del primo triennio di attività, i PID hanno raggiunto importanti risultati avvicinando le imprese ai processi di digitalizzazione in chiave Impresa 4.0 e favorendo la diffusione della cultura e pratica del digitale.



In particolare i principali risultati raggiunti sono stati:

- stanziamento di circa **60 milioni di euro** per l'assegnazione di voucher digitali per l'acquisto di servizi di formazione, consulenza e tecnologie in ambito 4.0;
- realizzazione di **oltre 1.600 eventi info-formativi** che hanno visto il coinvolgimento di **circa 48.000 imprese partecipanti**;
- progettazione e diffusione di nr. 2 strumenti di misurazione del livello di maturità digitale delle imprese, da applicarsi indipendentemente dal settore produttivo e dalle dimensioni dell'impresa: self-assessment (SELF4.0), assessment guidato (ZOOM4.0);
- realizzazione di **oltre 16.000 assessment digitali** – sia in modalità self-assessment (attraverso il tool SELF4.0 accessibile dal portale nazionale) sia in modalità "guidata" (attraverso il tool ZOOM 4.0);
- ingaggio e formazione di **oltre 200 Digital Promoter** che, al fianco del personale camerale deputato (Digital coordinator), forniscono assistenza alle imprese e favoriscono l'orientamento verso strutture maggiormente specializzate.

A partire dai positivi risultati raggiunti sopra elencati si propone una nuova progettualità triennale 2020-2022 che, oltre a consolidare e potenziare le azioni già realizzate nelle precedenti annualità, intende affrontare il tema delle **tecnologie emergenti** (intelligenza artificiale, blockchain, ecc.), delle **competenze digitali** e della **e-leadership** (innovation manager) valorizzando i collegamenti con gli ITS e con i centri di competenza.

Il Progetto ha, inoltre, l'obiettivo di sostenere la costruzione di «**reti di competenza trasversali**», capaci di coniugare la digitalizzazione con l'**innovazione** e la **sostenibilità** (es. smartcity, mobilità, economia circolare), anche "incrociando" i progetti Formazione e Lavoro (es. greenjobs) e Turismo (turismo sostenibile).

3 LE LINEE STRATEGICHE DI AZIONE PER IL TRIENNIO 2020-2022

Alla luce di tali premesse, ed in funzione degli obiettivi esplicitati, le azioni previste dalla presente iniziativa triennale sono articolate in due linee:



1. **Linea di azione 1 - prosecuzione e consolidamento:** finalizzata a consolidare gli importanti risultati raggiunti dai PID, potenziando i servizi già offerti nel corso delle precedenti annualità e garantendo, al contempo, iniziative in grado di aumentarne il livello di riconoscibilità e di identità sull'intero territorio nazionale.
2. **Linea di azione 2 - potenziamento e sviluppo,** volta a introdurre nuovi ed ulteriori iniziative su temi a maggior potenziale in grado di migliorare e ampliare i servizi di accompagnamento e orientamento delle micro, piccole e medie imprese - in stretta sinergia con la filiera formativa (es. ITS), con il mondo associativo (DIH nazionali ed europei, EDI), della ricerca e del trasferimento tecnologico (Competence Center, Centri di Trasferimento Tecnologico 4.0, FabLab); il tutto favorendo approcci capaci di coniugare "innovazione e sostenibilità".

I suddetti interventi dovranno essere garantiti localmente attraverso un'**azione comune sull'intero territorio nazionale** che possa aiutare a garantire un livello minimo comune nell'erogazione del servizio di orientamento e assistenza alla digitalizzazione delle imprese, nonché il coordinamento e la governance delle attività tra i diversi punti localizzati sul territorio. Tale approccio, assicurando ad ogni PID competenze e strumenti operativi comuni e condivisi, favorirà importanti economie di scala e garantirà un maggiore impatto delle azioni messe in campo.

Si forniscono di seguito i dettagli operativi dei servizi inclusi in ciascuna delle due linee di azione.

3.1 LINEA DI AZIONE 1 - PROSECUZIONE E CONSOLIDAMENTO

3.1.1 Potenziamento delle competenze del personale camerale e dei Digital promoter

Finalità e obiettivi operativi

Per orientare le imprese verso le opportunità offerte dalla quarta rivoluzione industriale è fondamentale che i PID dispongano di risorse professionali aggiornate, adeguatamente formate e capaci di supportare le scelte delle imprese, soprattutto le MPMI, nella adozione delle tecnologie "abilitanti" e nell'adeguamento dei propri modelli di business. In tale contesto, assume particolare importanza il ruolo dei Digital coordinator e dei Digital promoter,



figure “chiave” deputate alla promozione dei servizi digitali, alla comunicazione e all’assistenza alle imprese, con un ruolo di “cerniera” tra le Camere di commercio e le imprese.

Linee di intervento

Per favorire il raggiungimento di tale obiettivo sarà realizzato un **percorso di formazione** dedicato ai Digital coordinator e ai Digital promoter (con particolare riguardo al personale inserito ex-novo nel PID) individuati dalle Camere di commercio, con l’obiettivo di garantire una conoscenza aggiornata delle tecnologie 4.0 e un approccio uniforme a livello nazionale nella gestione delle interazioni con le imprese.

Il percorso di formazione avrà altresì l’obiettivo di fornire casi di applicazione concreta nelle aziende delle tecnologie abilitanti individuate da Impresa 4.0 (con particolare riferimento alle tecnologie emergenti dell’Intelligenza artificiale, del machine learning, della blockchain) per capirne le funzionalità, le caratteristiche, le applicazioni nei diversi settori produttivi (manifattura, agricoltura, servizi, ecc.) oltre che i possibili benefici in termini di sostenibilità aziendale; questo consentirà al personale dei PID di guidare al meglio le imprese nel processo di scelta e di individuazione della tecnologia abilitante più utile al miglioramento dei processi e dei sistemi produttivi che esse governano. Inoltre, potranno essere inserite visite in azienda o testimonianze aziendali di imprenditori e manager che hanno già gestito progetti di Impresa 4.0 e che possono raccontare la loro esperienza e i vantaggi competitivi ottenuti.

Nella progettazione del percorso formativo di questa secondo triennio progettuale si avrà cura di coinvolgere, laddove utile e possibile, il personale camerale già attivo a vario titolo sui temi del digitale (es. DNA digitale, pivot di Ultranel, digitalizzatori di EID, operatori SPID RAO ecc.), così da favorire la costituzione di una task force digitale all’interno di ogni Camera di commercio.

3.1.2 Servizi di formazione/informazione per le imprese

Finalità e obiettivi operativi

Una delle sfide più ambiziose della quarta rivoluzione industriale è legata alla capacità delle imprese di percepire i vantaggi derivanti dall’innovazione digitale nonché i rischi connessi al mancato adeguamento dei modelli di business e dei sistemi produttivi alle innovazioni offerte



dal Piano Impresa 4.0. Per tale motivo particolarmente importante è far crescere la consapevolezza “attiva” sulle nuove tecnologie e sui nuovi modelli organizzativi, soprattutto nelle micro e piccole imprese, intraprendendo percorsi *customizzati* finalizzati al raggiungimento dei benefici concreti offerti dalla digitalizzazione.

Linee di intervento

Per raggiungere tale finalità sarà fondamentale proseguire con le attività di *awareness*, potenziando le azioni di comunicazione e le attività info-formative che i PID hanno realizzato e realizzano verso le micro, piccole e medie imprese sui temi dell’innovazione digitale, con particolare riferimento alle opportunità legate alle **nuove frontiere tecnologiche** (es. Intelligenza Artificiale, blockchain), **organizzative** (nuovi modelli di business) e al miglioramento delle performance in un’ottica sostenibile.

Gli incontri saranno realizzati approfondendo le tecnologie più utili per i settori produttivi di maggiore interesse per il territorio provinciale, oppure presentando aggiornamenti e sviluppi di tecnologie già approfondite in precedenza; agli incontri saranno coinvolti esperti di settore, referenti del network Impresa 4.0 e imprese che, in qualità di testimonial, presenteranno le loro esperienze di cambiamento in digitale.

3.1.3 Misurazione del livello di maturità digitale

Finalità e obiettivi operativi

Prima di avviare un qualsiasi percorso di innovazione in chiave 4.0 è indispensabile capire il livello di partenza, ovvero il proprio punto di inizio senza la conoscenza del quale ogni percorso di cambiamento potrebbe risultare inefficace perché troppo ambizioso o troppo modesto. Proprio per favorire il raggiungimento di questo obiettivo, è stato progettato un sistema di assessment per valutare la maturità digitale delle imprese e favorire servizi di assistenza “tarati” sulle reali esigenze delle imprese. L’assessment è, infatti, una metodologia di indagine utile ad analizzare, attraverso l’analisi dei processi interni, lo stato di maturità digitale di



un'impresa e la sua capacità di implementare le tecnologie abilitanti ed innovazioni organizzative per modificare, efficientandolo, il proprio modello di business.

A tale scopo sono stati progettati due modelli di assessment digitale: uno più "snello" fruibile on-line dal portale nazionale dei PID (SELF4.0) e un secondo più approfondito realizzato direttamente in azienda dai Digital Promoter appositamente formati (ZOOM4.0).

Linee di intervento

Nel corso del presente progetto, partendo da quanto realizzato e dagli importanti risultati raggiunti (oltre 16.000 assessment della maturità digitale realizzati), si procederà a:

- integrare i modelli di assessment, rendendoli sempre più vicini alle reali esigenze delle imprese;
- potenziare i servizi di assessment della maturità digitale delle imprese, anche al fine di mapparne le evoluzioni a due anni dal varo del Piano Impresa 4.0;
- orientare le politiche di sostegno all'innovazione sulla base delle reali esigenze del tessuto produttivo;
- favorire l'integrazione degli strumenti di assessment dei PID ad altri strumenti digitali già presenti in Camera di commercio (es. Cassetto digitale dell'imprenditore).

3.1.4 Sostegno degli investimenti tecnologici attraverso voucher

Finalità e obiettivi operativi

I PID erogano contributi a fondo perduto - sotto forma di voucher - per sostenere i processi di digitalizzazione in ambito Impresa 4.0 delle micro, piccole o medie imprese finanziando i servizi, formazione e/o consulenza e acquisto di tecnologie in ambito 4.0. I voucher, che possono essere richiesti da imprese singole o gruppi di imprese che condividono un progetto comune, sono state una delle misure maggiormente apprezzate dalle MPMI nel primo triennio del Progetto e che, pertanto, sarà utile replicare anche nel secondo triennio.



Linee di intervento

In prosecuzione di quanto realizzato nelle precedenti annualità, saranno previste le seguenti azioni:

- adozione di un “bando nazionale voucher digitali” finalizzato a finanziare i progetti presentati da imprese singole o da gruppi che condividono un progetto comune;
- integrazione delle attività finanziabili con interventi volti a fornire un ventaglio sempre più ampio di servizi a valore aggiunto per le imprese;
- progettazione e realizzazione di campagne di promozione al fine di assicurare la massima diffusione e visibilità dell’iniziativa favorendo un’ampia partecipazione delle imprese di tutti i settori produttivi.

In questo nuovo triennio del progetto l’obiettivo dei voucher digitali dei PID sarà anche quello di favorire la diffusione di **approcci innovativi sostenibili tra le MPMI**, anche attraverso l’introduzione di specifiche misure o requisiti di accesso che possano orientare i finanziamenti verso tale ambito (cfr anche § 3.2.1).

3.2 LINEA DI AZIONE 2 - POTENZIAMENTO E SVILUPPO

Le azioni di potenziamento e sviluppo si concentreranno su quattro “direttrici chiave” rappresentate in Figura 1.



Figura 1. Le “direttrici chiave” per le azioni di potenziamento e sviluppo dei PID

Si riportano di seguito, per ciascuna di queste, una descrizione delle principali attività previste dal progetto.



3.2.1 Favorire approcci “green oriented” nelle aziende attraverso la digitalizzazione e le tecnologie 4.0

Finalità e obiettivi operativi

L'Agenda 2030 per lo Sviluppo sostenibile rappresenta, per tutti gli stati membri, un'importante sfida per rispondere alle esigenze globali di uno sviluppo più inclusivo e più green.

Anche per l'Italia il raggiungimento degli impegni assunti con Agenda 2030 rappresenta un obiettivo prioritario dell'azione di Governo, sostenuto dalla necessità di migliorare il benessere dei cittadini, l'equità e la sostenibilità dell'attuale modello di sviluppo, anche attraverso la valorizzazione delle opportunità ad esso collegate (*green new deal*). Due concetti per anni considerati antitetici come “competitività” e “sostenibilità” ora dovranno avvicinarsi e dialogare tra loro. Si sta progressivamente affermando un **modello di sviluppo produttivo green driven** orientato alla qualità e alla sostenibilità, piuttosto che basato sul solo aumento delle “quantità” e sulla riduzione dei costi di produzione. Le imprese che sapranno realizzare prodotti/servizi con minori impatti ambientali e sociali avranno maggiori vantaggi competitivi nel medio-lungo termine perché sapranno interpretare al meglio il nuovo sentiment del mercato globale. Tutto ciò sottintende un cambiamento coraggioso, e per questo non facile e nemmeno scontato, che comporta un mix di elementi interconnessi tra loro (approccio culturale, formazione, investimenti, capitali e leggi adeguate) dal quale non è possibile esimersi.

In questo contesto le tecnologie digitali rappresentano un volano per lo sviluppo sostenibile non solo delle imprese ma anche della società, in linea agli obiettivi dall'Agenda 2030: esse, infatti, svolgono un ruolo chiave per accelerare l'accesso alla conoscenza, la crescita economica, la creazione di nuove professioni (green jobs) nonché per favorire l'uguaglianza e la partecipazione sociale e per generare nuove opportunità di innovazione in qualsiasi settore.



Linee di intervento

In considerazione di quanto sopra riportato si evidenziano due macro ambiti di possibili benefici per le imprese, sui quali può essere incentrata l'azione dei PID nel prossimo triennio:

1. supporto nello sviluppo di nuovi sistemi organizzativi o nell'efficientamento di quelli esistenti improntandoli verso una maggiore sostenibilità organizzativa (es. lean production) e sociale (es. sharing economy);
2. affiancamento nella progettazione e/o creazione di nuovi prodotti/servizi più sostenibili sotto il profilo dell'impatto ambientale (es. contenimento dei consumi, dei tempi di produzione, ecc.).

In entrambi i casi le attività saranno improntate a valorizzare al massimo le opportunità offerte dalle tecnologie 4.0 e le loro possibili applicazioni anche in contesti produttivi artigianali e/o di piccole dimensioni.

3.2.2 Favorire la creazione di "Reti dell'Innovazione"

Finalità e obiettivi operativi

I risultati ottenuti dagli assessment, dagli eventi informativi, dai voucher dei diversi territori rappresentano un importante bacino di informazioni utili a orientare le attività dei PID e a progettare servizi "mirati" di supporto delle imprese. Sulla base di tali risultati sarà fondamentale disporre di una **rete di strutture** (sia pubbliche che private) che offrono **servizi e strumenti a supporto dei processi di digitalizzazione delle imprese**, sia aderenti al Network Nazionale I4.0 (DIH di tutte le Associazioni di Categoria e Competence Center), sia rappresentati da altre strutture che operano sul tema del digitale e dell'innovazione tecnologica presenti sul territorio nazionale (es. FabLab, start up e PMI innovative, Incubatori, ITS, Università ed Enti di ricerca, CTT, ecc.).

Linee di intervento

In questo ambito si ritiene opportuno condurre un'attività di **scouting delle strutture a supporto dell'innovazione tecnologia**; l'out-put di tale attività rappresenterà la fonte informativa



prioritaria alla quale i PID avranno accesso per indirizzare al meglio le imprese al termine delle attività di assessment, sostenendo la costruzione di reti di competenza “trasversali”, capaci di coniugare la digitalizzazione con l’innovazione e la sostenibilità (**eco-innovazione**) e di utilizzare le tecnologie di Impresa 4.0 per favorire approcci green oriented nelle imprese e nelle filiere produttive (**economia circolare**) e nei contesti urbani (**smart city**).

In tale quadro, si inserisce inoltre l’attività di certificazione dei Centri di Trasferimento Tecnologico, ovvero gli enti che svolgono attività di formazione e consulenza tecnologica, nonché di erogazione di servizi di trasferimento tecnologico verso le imprese negli ambiti di operatività individuati dal Ministero dello Sviluppo economico (tra i quali la manifattura additiva, la realtà aumentata, l’internet delle cose, il cloud, la cybersicurezza e l’analisi dei big data).

Oltre ai soggetti qualificati sopra richiamati, capaci di offrire supporto specialistico in materia di innovazione, appare utile favorire una *cross contamination*, dando visibilità alle imprese del territorio che hanno realizzato prodotti o servizi innovativi in chiave 4.0 e/o che hanno innescato con successo strategie di cambiamento: esse rappresentano casi di eccellenza da valorizzare per far percepire a tutte le imprese i potenziali benefici che possono derivare dalla trasformazione in digitale e al contempo supportare l’attuazione di strategie volte al cambiamento. In questo ambito, l’attività dei PID consiste nel rilevare i progetti realizzati localmente dalle imprese sul tema del 4.0, al fine di mettere in luce tecnologie emergenti e progettualità con un elevato impatto di innovazione sociale ed ambientale capaci sia di generare effetti emulazione, sia di innescare possibili collaborazioni a livello territoriale.

3.2.3 Interventi in materia di competenze digitali

Finalità e obiettivi operativi

La domanda di competenze nel mercato del lavoro sta attraversando una fase di profondo cambiamento, orientandosi sempre più verso le opportunità offerte da sistemi di produzione interconnessi e digitali. Nei prossimi anni saranno richiesti in Italia tra 2,7 e 3 milioni di nuovi occupati: circa il 30% di questi saranno impiegati in lavori legati allo sviluppo o all’utilizzo di tecnologie digitali o all’economia circolare (dati Excelsior Unioncamere).



Per garantire la crescita delle imprese, appare fondamentale affiancarle con interventi capaci di potenziare le **competenze digitali dei lavoratori riducendo il mismatch** oggi esistente **tra gli skill disponibili e quelli necessari alle imprese** per sfruttare al meglio le potenzialità delle tecnologie abilitanti.

Linee di intervento

In questo quadro l'attività dei PID potrà essere fondamentale operando al fianco delle MPMI nel supportarle dapprima nell'individuazione dei gap di competenze digitali dei propri collaboratori e poi nella definizione di percorsi di formazione basati sulle reali esigenze delle imprese. Per realizzare tali finalità saranno:

- introdotti strumenti di **assessment delle competenze digitali** del personale impiegato nelle micro, piccole e medie imprese, al fine di individuare le reali esigenze formative;
- progettati e realizzati percorsi mirati di **re-skilling** e **up-skilling** di lavoratori, manager e degli imprenditori, anche favorendo percorsi di stage e potenziando le competenze digitali «green oriented» nelle professioni (green jobs);
- favoriti i **collegamenti con gli ITS** e i centri di competenza e le Università (con particolare riferimento alle lauree STEM).

3.2.4 Interventi legati al supporto manageriale delle MPMI: mentoring e manager dell'innovazione

Finalità e obiettivi operativi

Per cogliere appieno i vantaggi della quarta rivoluzione industriale e realizzare un vantaggio competitivo sul mercato, ogni impresa deve necessariamente coltivare uno **sviluppo culturale** e la diffusione di un **pensiero innovativo** che orienti un costante cambiamento dei meccanismi di comunicazione interna, favorisca la sistematica emersione di nuove idee e soluzioni, generi in definitiva un migliore coinvolgimento e una più efficace interazione organizzativa.



Il raggiungimento di questi obiettivi è possibile solo garantendo, in collaborazione con le diverse funzioni aziendali, l'assunzione di una strategia di pianificazione e progettazione che comprenda l'analisi dei trend, il benchmarking, l'anticipazione degli scenari competitivi aziendali, l'analisi macroeconomica, della competizione, degli aspetti legali e tecnologici e dei modelli di business.

In questo percorso, è indispensabile che la contaminazione culturale e organizzativa in termini di **digital transformation**, sul piano strategico e operativo, sia **affidata a manager esperti e appositamente formati** a livello tecnico e professionale.

Proprio con questa finalità, già nel corso della precedente progettualità, sono state attivate attività di **mentoring** attraverso un network di manager e/o ex manager e/o imprenditori con forti competenze nel campo delle tecnologie Impresa 4.0 e del change management che, nel ruolo di mentor, hanno messo la loro esperienza a disposizione delle imprese, rispettando un codice di condotta che prevede, tra le altre cose, la gratuità (20 ore di assistenza) e la riservatezza su dati e informazioni scambiate con le imprese.

Parallelamente, alla luce delle previsioni del DM del 7 maggio 2019, Unioncamere ha avviato un processo di qualificazione dei **Manager dell'innovazione**, basato su un sistema di verifica del possesso di conoscenze ed esperienze manageriali utile a consentire una più agevole e facile individuazione di professionisti specializzati sul tema del digitale e del change management da parte delle imprese.

Questo bacino di professionalità – rappresentato dai mentor e dagli Innovation Manager – dovranno ora essere messi a disposizione delle imprese che hanno già consapevolezza del proprio livello di maturità digitale (acquisito ad esempio attraverso il servizio di assessment) o che si trovano all'inizio di un percorso di trasformazione digitale dei propri processi produttivi e hanno necessità di un supporto specialistico nella scelta e nella individuazione delle strategie migliori da attuare.

Linee di intervento

In questa attività il PID si pone come "elemento chiave", svolgendo un ruolo cerniera nel favorire l'incontro delle MPMI del proprio territorio con mentor e manager capaci di orientare



le imprese verso i centri di competenza, segmentare e trasformare in opportunità di business gli input e le idee dell'impresa, gestendo gli impatti organizzativi relativi al processo di innovazione individuato e generando consapevolezza e coinvolgimento di tutte le funzioni aziendali interessate. In questo ambito saranno pertanto realizzati strumenti e interventi che, anche attraverso accordi con istituzioni rappresentative delle categorie interessate (es. associazioni manageriali, MiSE, ecc.), facilitino l'accesso delle MPMI a questa tipologia di professionalità per il tramite, o con il supporto, dei PID delle Camere di commercio.

4 BUDGET DI PROGETTO NEL TRIENNIO 2020-2022

Vedi allegato



PROGETTI FINANZIATI CON L'AUMENTO DEL 20% DEL DIRITTO ANNUALE

CAMERA DI COMMERCIO DI **BARI**

PROVENTO NETTO **2.095.192,03**

PUNTO IMPRESA DIGITALE

RIEPILOGO COSTI	TOTALE IVA INCLUSA	% sul costo totale del progetto	% progetto nazionale
COSTI INTERNI INCLUSE SPESE GENERALI*	419.038,41	20,0%	20,0%
COSTI ESTERNI:			
1. Servizi tecnici di supporto	496.560,51	23,7%	23,8%
2. Formazione personale camerale e promoter	31.427,88	1,5%	1,5%
3. Eventi indirizzati alle PMI e specialisti (es. informativi, formativi, ecc.)	60.760,57	2,9%	2,9%
4. Servizi di assistenza tecnica/Collaborazioni esterne	115.235,56	5,5%	5,5%
5. Piattaforme informatiche, banche dati e strumenti di analisi	31.427,88	1,5%	1,5%
6. Attività di comunicazione	31.427,88	1,5%	1,5%
7. Attrezzature	29.332,69	1,4%	1,4%
Totale costi esterni	796.172,97	38,0%	38,0%
8. VOUCHER / CONTRIBUTI	879.980,65	42,0%	42,0%
TOTALE COSTI PROGETTO	2.095.192,03	100,0%	100,0%

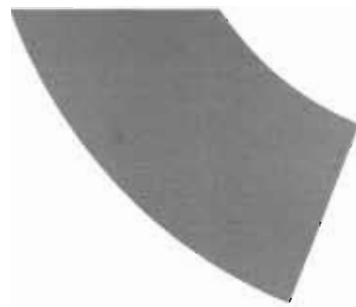


CAMERA DI COMMERCIO
BARI

**Progetti finanziati con l'aumento del 20% del diritto annuale
Triennio 2020-2022**

FORMAZIONE LAVORO

Relazione illustrativa



1 IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

La difficoltà di incontro tra domanda e offerta di lavoro rappresenta un problema sempre più urgente per l'intero sistema economico italiano. Le segnalazioni di criticità nel reperimento delle figure richieste mostrano un trend crescente a partire dal 2017, superando ormai il 30% del totale delle assunzioni previste nei primi 10 mesi di 2019. Al di là di "tensioni congiunturali" che possono emergere su alcune figure, legate alla specifica stagionalità delle produzioni cui sono associate, l'incidenza delle entrate di difficile reperimento si concentra all'interno delle professioni tecnico-specialistiche. In questo ambito si arriva, infatti, a oltre 4 posti di lavoro su 10 difficili da reperire. Ci sono poi difficoltà di reperimento per alcuni profili operai specializzati che potrebbero riguardare poco meno di una figura richiesta su due: per gli operai coinvolti nelle attività metalmeccaniche e meccatroniche le criticità riguardano circa il 45% delle richieste, ma anche gli operai specializzati della filiera moda sono introvabili per circa due quinti della domanda delle imprese.

Si tratta di mismatching in parte a carattere quantitativo (carenza di offerta di lavoro) e in parte a carattere qualitativo (carenza di competenze adeguate). E' evidente che per affrontare queste problematiche strategiche per il presente e per il futuro delle imprese è necessario intervenire su più versanti: a) serve un capillare e sistematico programma di orientamento formativo e lavorativo destinato ai giovani (fin dalle scuole medie primarie) e alle famiglie; b) è necessario un più forte coinvolgimento delle imprese nella progettazione, nella realizzazione e nella certificazione dei processi formativi a tutti i livelli (dalla formazione professionale a quella universitaria); c) occorrono sistemi informativi tempestivi ed efficaci di placement per favorire le "transizioni" dalla formazione al lavoro; d) sono fondamentali reti di collaborazione sul territorio tra scuole, imprese, università, istituzioni a livello locale, strutturate per analizzare le problematiche di "capitale umano" delle singole filiere produttive e per progettare congiuntamente le azioni necessarie per risolverle.

Le Camere di commercio sono sempre più impegnate sui temi dell'orientamento, dell'alternanza e dell'incontro domanda-offerta di lavoro sia per effetto dei provvedimenti



normativi che hanno riconosciuto al Sistema Camerale specifiche competenze e funzioni¹, sia per l'implementazione di azioni progettuali dedicate, a partire dal progetto "Orientamento al lavoro e alle professioni", realizzato nel triennio 2017-2019, secondo quanto previsto dal D. Lgs 219/2016, art. 18 comma 10.

Di fatto, la legge di riforma del Sistema Camerale, con il *decreto legislativo 219 del 25.11.2016 (art.2 lettera e)*, ha definitivamente formalizzato tale ruolo, assegnando 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**; la **collaborazione per la realizzazione del sistema di certificazione delle competenze** acquisite in contesti non formali e informali; il **supporto all'incontro domanda-offerta di lavoro**, attraverso servizi informativi anche a carattere previsionale in raccordo con l'ANPAL; il sostegno alla **transizione dalla scuola e dall'università al lavoro**, attraverso l'orientamento e lo sviluppo di servizi a supporto dei processi di placement svolti dalle Università.

Il recente **Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico n. 277 del 07.03.2019** ha definito nella mappa dei servizi che il sistema camerale è tenuto a fornire su tutto il territorio nazionale le seguenti aree di intervento sui temi dell'orientamento, formazione e lavoro:

- **Orientamento:** iniziative collettive dirette o mediante accordi e collaborazione con i soggetti pubblici e privati competenti di informazione e orientamento a supporto della transizione scuola-lavoro e università-lavoro e servizi di orientamento all'autoimpiego;
- **Percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento e la formazione per il lavoro:** tenuta del Registro nazionale di cui all'art. 1, comma 41, della Legge del 13 luglio 2015; gestione dei rapporti con le scuole per l'assistenza alla progettazione dei percorsi e con le aziende per l'attivazione di stage e tirocini;
- **Supporto incontro D/O di lavoro:** servizi informativi anche a carattere previsionale volti a favorire l'inserimento occupazionale, iniziative collettive dirette o mediante accordi di

¹ D. Lgs. 23/2010, Legge n.53/2003, D.Lgs. 77/2005, Legge 107/2015, Decreto legge 104/2013, convertito in Legge 128/2013, Legge 92/2012 e relativo D.Lgs. attuativo n.13/2013.



collaborazione con i soggetti pubblici e privati competenti e servizi di base alla D/O di lavoro attraverso l'assistenza all'utilizzo della piattaforma camerale di matching;

- **Certificazione delle competenze:** iniziative di informazione e orientamento a supporto della certificazione delle competenze tramite iniziative collettive dirette o mediante accordi e collaborazione con soggetti pubblici e privati competenti.

2 RUOLO E MODELLO DI INTERVENTO DEL SISTEMA CAMERALE

Le Camere di commercio stanno avendo un ruolo sempre più attivo come motore di sviluppo dei sistemi economici locali, attraverso iniziative che rendono sempre più stretto il *collegamento tra formazione>orientamento>lavoro>impresa*, facilitando e promuovendo i processi operativi tra scuola, università e impresa.

Questo perché, lato domanda, le imprese richiedono maggiori possibilità di trovare le persone giuste, le professionalità e le competenze di cui hanno bisogno, favorendone così la crescita dimensionale ed economica. Dal lato dell'offerta, chi studia e chi cerca un lavoro - ma anche chi è già occupato - richiede maggiori opportunità di sviluppare le conoscenze, le competenze e le esperienze utili per migliorare la propria "occupabilità" e favorire la crescita personale e professionale.

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 rispettive sfere di attività, in particolare per l'orientamento, la definizione dei piani dell'offerta formativa, l'alternanza e le azioni di sostegno al placement. Nello specifico, i principali asset oggi fruibili sono:

- il **Sistema Informativo Excelsior**, che ricostruisce su base mensile, annuale e quinquennale 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 **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;

- il **Registro delle Imprese**, che fornisce un quadro completo della situazione giuridica ed economica di ciascuna impresa operante in Italia, consentendo l'accesso a fondamentali informazioni anagrafiche, nonché l'elaborazione di analisi e indicatori di sviluppo economico ed imprenditoriale in ogni settore produttivo ed area territoriale;
- **Movimprese**, che fornisce un'analisi statistica trimestrale della nati-mortalità delle imprese e consente di analizzare le principali dinamiche della struttura economica dei territori, inclusa la dinamica occupazionale;
- gli altri **osservatori** che il Sistema camerale elabora in relazione alle esigenze ed alle necessità di analisi socio-economica del Paese.

Nel triennio 2017-2019 le Camere di commercio hanno promosso e realizzato il progetto "Orientamento al lavoro e alle professioni", grazie all'incremento di una quota del diritto annuale, pervenendo, in sintesi, ai seguenti risultati:

- 85 Camere di commercio (il progetto è iniziato in concomitanza con l'avvio degli accorpamenti delle strutture camerali) hanno avviato un ufficio/funzione per l'orientamento nella struttura organizzativa dell'Ente camerale, realizzando un approfondito programma di formazione e aggiornamento professionale del personale dedicato;
- su un budget complessivo di 53 mln di € per il triennio, **sono stati stanziati 14 mln di € alle imprese sotto forma di voucher (circa 14.000 contributi del valore medio di 1.000 €), 6 mln di € sotto forma di servizi e progetti speciali di orientamento, alternanza, formazione docenti e tutor aziendali².**
- promozione, avvio e animazione di network territoriali che hanno coinvolto le istituzioni scolastiche, le associazioni imprenditoriali, i centri per l'impiego, le agenzie per il lavoro, il settore non profit, gli enti locali e altri soggetti attivi sul territorio nei servizi di orientamento al lavoro e alle professioni. Questa attività di animazione ha portato a coinvolgere **nei network territoriali circa 2.400 tra istituti tecnici, professionali e licei che**

² Dati di rendicontazione al 31 dicembre 2018.



rappresentano quasi il **64%** degli istituti di istruzione presenti nei diversi territori provinciali interessati dal progetto;

- progettazione, realizzazione e implementazione del "Tavolo Digitale", la nuova piattaforma telematica ad uso del networking delle Camere di commercio con le organizzazioni di riferimento dei propri territori;
- animazione del Registro per l'alternanza scuola-lavoro che ha portato all'iscrizione di **89.862** enti ospitanti, tra imprese ed altre strutture pubbliche e private, e all'inserimento di **oltre 50.000** disponibilità di stage e/o apprendistato per l'alternanza e il sistema duale.

Un altro asset importante a supporto delle attività realizzate dal progetto è costituito dagli Accordi nazionali per la costruzione di una rete di partenariato con Soggetti pubblici e privati competenti.

A fine 2018 Unioncamere ha 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. Nell'ambito di questo protocollo si è intrapresa la nuova progettazione 2018-2020 del Sistema informativo Excelsior, definendone anche il relativo finanziamento.

Il 1 febbraio 2019 è stato inoltre siglato un **protocollo di intesa e la relativa Convenzione operativa tra Unioncamere e il Consorzio Interuniversitario AlmaLaurea** con la finalità di collaborare nell'ambito della transizione dall'università al mondo del lavoro, per favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro, e nel campo della certificazione delle competenze acquisite in contesti non formali e informali.

Il 16 maggio 2019 **Unioncamere e Anpal hanno stipulato un Accordo di cooperazione** impegnandosi a realizzare un programma di lavoro nell'ambito del progetto firmato da Anpal e Commissione europea denominato "Italian Cooperation 4 Transparency of Skills & Mobility". Tale progetto intende promuovere, sviluppare e supportare l'integrazione degli strumenti Europass, in particolare del CV Europass, sui differenti sistemi informativi e banche dati, e cioè il Sistema informativo unico per le politiche attive del lavoro (SIU) e le piattaforme di Camere di commercio esistenti o in costruzione



Inoltre, sono stati siglati nel corso del **2019** numerosi **accordi/protocolli** di intesa nazionali sempre allo scopo di migliorare la programmazione dell'offerta formativa e diffondere progetti e servizi di supporto all'orientamento formativo, al lavoro e alle professioni, al fine di contribuire a favorire le transizioni scuola-lavoro, il placement e la riduzione del mismatch tra domanda e offerta di lavoro, promuovendo percorsi formativi nell'ambito dell'istruzione e formazione professionale regionale, dell'apprendistato di primo livello e dell'istruzione tecnica superiore che tengano conto dei risultati e delle indicazioni delle imprese derivanti dalle indagini di Unioncamere (ad esempio insieme a Federmeccanica, Enaip, Altagamma).

A questo insieme articolato di accordi/protocolli d'intesa nazionali si aggiungono le **numerose iniziative sviluppate dalle camere di commercio a livello territoriale**, le quali costituiscono altrettanti esempi di cui si terrà conto nella fase realizzativa del progetto.

A partire dalle risultanze del progetto "Orientamento al lavoro e alle professioni", considerando l'aggiornamento del quadro normativo e le istanze territoriali in tema di un sostegno all'orientamento e al placement dei giovani, nonché alle richieste di una maggiore qualificazione delle professioni e delle competenze, si propone **una nuova progettualità triennale 2020-2022**, denominata "**Formazione e lavoro**", i cui obiettivi sono:

- avviare sui territori **azioni diffuse di orientamento**, al fine di facilitare l'incontro tra domanda e offerta di lavoro, anche attraverso attività di promozione, animazione e supporto alle imprese e al mondo della formazione;
- fornire 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 **informazioni puntuali sui fabbisogni professionali delle imprese**, al fine di fare sistema e mettere a disposizione indicazioni utili per le politiche attive del lavoro di cui sono protagonisti;
- **favorire il placement** e sostenere le azioni di università, agenzie per il lavoro e centri per l'impiego, supportando - ove necessario - anche l'autoimpiego e l'autoimprenditorialità come politica attiva del lavoro;
- promuovere una ricognizione continua della **domanda di professionalità e competenze delle imprese**, sia con analisi quali-quantitative (a partire dai dati del Sistema informativo Excelsior), sia con azioni di qualificazione dell'offerta (attività di certificazione delle



competenze e disponibilità di curricula ben strutturati grazie al lavoro puntuale con le scuole e le università per "incrociare" efficacemente la domanda di competenze);

- attivare azioni di **sensibilizzazione e promozione delle politiche attive del lavoro** (eventi formativi e informativi) e diffusione delle buone pratiche (mediante la realizzazione di progetti territoriali innovativi).

Per raggiungere questi obiettivi sarà necessario potenziare con una specifica azione formativa il personale dell'ufficio/servizio camerale che è incaricato di occuparsi di 'orientamento e politiche attive del lavoro (della Camera di commercio ed eventualmente dell'azienda speciale o di altra propria articolazione specializzata) al fine di renderlo adeguatamente qualificato e quotidianamente impegnato per:

- gestire le relazioni e i contatti con le imprese del territorio per 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 far conoscere in modo articolato la domanda di competenze delle imprese e aiutare il matching, per supportare la realizzazione di progetti di comune interesse, per favorire il placement;
- animare e promuovere le attività del network territoriale.

Strumento portante dell'operazione di questo progetto, e del suo impatto positivo sui singoli territori, sarà una **piattaforma per l'orientamento e l'incontro tra domanda e offerta di competenze, organizzata per partizioni territoriali** e aperta al mondo delle imprese e al mondo della formazione, fruibile per chi studia e/o cerca lavoro, per le imprese, le scuole, per gli operatori dei sistemi di formazione ed istruzione.

3 LE LINEE STRATEGICHE DI AZIONE PER IL TRIENNIO 2020-2022

L'insieme degli interventi previsti dalle linee strategiche sarà programmato e concordato nell'ambito di azioni congiunte con gli altri soggetti delle reti locali dei servizi per l'istruzione, la formazione, l'orientamento, 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, IeFP, IFTS e poli tecnico professionali;
- altri enti di formazione;
- CPI e agenzie del lavoro;
- enti locali;
- associazioni sindacali;
- associazioni imprenditoriali.

Il modello di intervento è concepito per essere facilmente adattabile ai diversi contesti di operatività e territoriali. Nello specifico, il progetto “Formazione e lavoro” si configura come un sistema integrato di attività all’interno del quale ogni Camera di commercio - nel rispetto del set di servizi e attività di seguito individuate – 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.

3.1 RAFFORZAMENTO DEL SERVIZIO CAMERALE PER L’ORIENTAMENTO E LA FORMAZIONE

Finalità e obiettivi operativi

Aumentare la specializzazione del sistema camerale per potenziarsi sempre più come osservatorio privilegiato in grado di fornire risposte alle trasformazioni socio-economiche in atto in ciascun territorio e alle crescenti esigenze di un sempre più stabile ed efficace dialogo tra tutti i soggetti delle politiche attive del lavoro.

A partire dal modello operativo di servizio già delineato con la precedente progettualità 2017-2019 (sopra richiamato), si provvederà ad una valutazione del percorso organizzativo intrapreso e delle linee di attività realizzate in modo da individuare le aree di ulteriore sviluppo e le funzioni da implementare. Sul fronte degli obiettivi operativi si intende quindi rafforzare le competenze interne e i processi che richiedono un insieme di azioni di medio periodo di carattere specialistico e che si fondano sulla disponibilità di piattaforme per il rafforzamento



della produzione e diffusione di dati/informazioni qualificati, in ottica di continuo sviluppo dei network territoriali.

Linee di intervento

- Attivazione di formazione specializzata utile a potenziare le aree di attività, le funzioni e i servizi, al fine di avviare azioni di medio periodo di carattere specialistico (orientamento, mismatch domanda e offerta di lavoro, placement, certificazione delle competenze, supporto per progettazioni innovative).
- Realizzazione di analisi, studi e ricerche per il monitoraggio sistematico sul contesto socio-economico e i fabbisogni professionali e formativi delle imprese.
- Costituzione, 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 realizzare le attività del progetto (a partire dai progetti innovativi, di cui al punto 3.2).
- Gestione e promozione del Registro per l'alternanza, opportunamente arricchito con servizi di natura "gestionale" dei percorsi di alternanza in grado di garantire qualità e semplificazione.
- Promozione di azioni di informazione rivolte ad operatori ed utenti finali dei servizi di orientamento, alternanza/PCTO, formazione e lavoro.

3.2 SVILUPPO DEI "NETWORK TERRITORIALI PER LA FORMAZIONE E IL LAVORO"

Finalità e obiettivi operativi

Favorire lo sviluppo di una rete territoriale che promuova e sostenga, attraverso accordi e collaborazioni formali e informali, i processi più efficaci che aiutino a superare il mismatch tra domanda e offerta di lavori, per agevolare e semplificare la transizione scuola-lavoro e università-lavoro.

Sul fronte degli obiettivi operativi si intende quindi coinvolgere tutti gli stakeholder (Regioni, Agenzie regionali per il lavoro, CPI e ANPAL, Scuole, ITS, Università, Enti di formazione



professionale, Enti bilaterali ed altri organismi pubblici e privati) territoriali sul tema della formazione e del lavoro, indirizzare le rispettive linee d'azione e agevolare la promozione sul territorio di tutti gli strumenti di politica attiva del lavoro.

Linee di intervento

- Promozione di un miglior utilizzo del know-how sui fabbisogni di competenze professionali delle imprese del territorio per avviare azioni congiunte di orientamento verso i giovani impegnati nella transizione scuola-università-lavoro.
- Promozione di accordi/collaborazioni/protocolli tra gli stakeholder territoriali per facilitare l'incontro tra domanda/offerta di lavoro, con particolare riguardo ai giovani, neolaureati e neodiplomati.
- Attivazione di azioni informative sulle principali politiche attive del lavoro e sugli strumenti per agevolare e velocizzare l'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro.
- Diffusione, da utilizzare come strumento di lavoro condiviso, della piattaforma digitale di networking del sistema camerale (<https://tavolodigitale.camcom.it/>) per sostenere l'interazione tra i membri del network e favorire il raggiungimento degli obiettivi comuni in tema di lavoro e formazione.

3.3 RIDUZIONE DEL MISMATCH D-O DI LAVORO

Finalità e obiettivi operativi

Incrementare l'efficacia delle politiche attive del lavoro con particolare riferimento all'orientamento finalizzato alla riduzione del mismatch domanda/offerta di lavoro e ai processi di transizione scuola/università e lavoro.

Sul fronte degli obiettivi operativi, a partire dall'utilizzo dei dati Excelsior, si intende quindi incrementare la collaborazione con gli attori locali per una crescente sensibilizzazione sui temi e sugli strumenti utili alla transizione scuola-università e lavoro, sviluppare servizi personalizzati di messa in rete dell'offerta di competenze e di sviluppo di esperienze utili ad accrescere la conoscenza del mondo del lavoro, promuovere la cultura di impresa e lo sviluppo



dell'autoimprenditorialità, coinvolgere il sistema imprenditoriale per una messa in rete, anche attraverso eventi e interventi dedicati, della domanda,

Particolarmente importante è infine l'intenzione di attivare una piattaforma integrata, finalizzata a ridurre il mismatch D-O di lavoro e a potenziare l'efficacia delle misure di politica attiva del lavoro.

Linee di intervento

- Promozione, in sinergia con CPI/Regioni/Agenzie regionali/ANPAL, di azioni diffuse di animazione/*informazione* e di orientamento coordinate con il sistema scolastico – fin dalle scuole medie inferiori - e universitario per la scelta dei percorsi formativi, professionali e lavorativi.
- Attivazione a livello di sistema di servizi personalizzati dedicati all'emersione delle competenze, alla crescita della consapevolezza rispetto agli strumenti a disposizione e alla messa in rete dei profili, da sviluppare attraverso azioni diffuse di sensibilizzazione e affiancamento degli studenti, quali ad esempio la somministrazione di test di *self-assessment*, la compilazione dei CV e l'accesso agli strumenti Europass.
- Promozione di esperienze sul campo, quali ad esempio azioni di *job-shadowing*, visite aziendali o tirocini di orientamento, utili ad agevolare la conoscenza da parte dei giovani del mondo imprenditoriale a favore di successivi percorsi di transizione.
- Programmazione di iniziative formative in materia di creazione d'impresa e accompagnamento/supporto specialistico di gruppo e individuale al business planning.
- Sensibilizzazione e coinvolgimento diretto delle imprese per un'emersione puntuale della domanda di lavoro e una contestuale partecipazione alle azioni di matching promosse a scala territoriale.
- Attivazione di interventi/eventi a scala territoriale di orientamento e incontro delle domanda-offerta di lavoro e/o di vero e proprio accompagnamento al placement.
- Realizzazione di una piattaforma digitale finalizzata a ridurre il mismatch D-O di lavoro e potenziare l'efficacia delle misure di politica attiva del lavoro, a partire dall'utilizzo dei dati Excelsior e in sinergia con CPI/Regioni/Agenzie regionali/ANPAL. Tale azione è funzionale all'integrazione:



- delle informazioni del Sistema Informativo Excelsior (Unioncamere-ANPAL) sulle previsioni di assunzione e sui fabbisogni formativi e professionali delle imprese italiane;
- delle informazioni sugli strumenti per l'orientamento (guide e pubblicazioni rivolte a studenti, famiglie, tutor scolastici, imprese);
- del Registro nazionale per l'alternanza scuola-lavoro e degli strumenti di promozione dell'iniziativa camerale, quali il Premio "Storie di alternanza" di Unioncamere e delle Camere di commercio che valorizza e dà visibilità ai racconti dei progetti di alternanza ;
- degli strumenti Europass e del portale Alma Laurea.

3.4 DEFINIZIONE E IMPLEMENTAZIONE DI SISTEMI CAMERALI PER LA CERTIFICAZIONE DELLE COMPETENZE ACQUISITE IN CONTESTI NON FORMALI E INFORMALI (D. LGS. 13/2013 E DEL D. LGS. 219/2016)

Finalità e obiettivi operativi

Contribuire alla riduzione del mismatch tra domanda e offerta di lavoro, attraverso una maggiore qualificazione dell'offerta, da raggiungere mediante lo sviluppo di un modello innovativo per la certificazione di competenze maturate in contesti non formali e informali, legati ad attività didattiche (stage, tirocini, PCTO, apprendistato, ect.) o ad attività *on the job*.

Sul fronte degli obiettivi operativi si intende quindi individuare le competenze "critiche" all'interno di settori economici primari per lo sviluppo del Made in Italy, definire per ciascuna di essa una norma tecnica funzionale alla certificazione e, grazie alla sperimentazione, predisporre un modello di certificazione basato su sistemi di valutazione digitali.

Linee di intervento

- Individuazione dei settori economici di interesse che, a partire dai dati del Sistema informativo Excelsior, evidenziano particolare criticità rispetto ai livelli di mismatch tra domanda e offerta di lavoro. L'analisi si concentrerà, prioritariamente, sui settori oggetto di intervento delle altre iniziative di sistema (PID, Turismo, Internazionalizzazione).
- Individuazione delle figure professionali che, all'interno dei settori prescelti, presentano una maggiore difficoltà di reperimento da parte delle imprese, specialmente in riferimento all'adeguata preparazione.



- Descrizione dei profili professionali in termini di competenze, indicazione delle competenze critiche e relativa codifica in termini di conoscenze/abilità/responsabilità-autonomia.
- Definizione e sviluppo di un modello innovativo per la certificazione delle competenze maturate in contesti non formali e informali attraverso sistemi di valutazione basati su piattaforme digitali in grado di verificare la capacità del singolo di risolvere situazioni problematiche complesse, mostrando un progressivo sviluppo di autonomia e responsabilità nello svolgimento del compito.

3.5 CONTRIBUTI E CONCORSI A SUPPORTO DELLO SVILUPPO INTEGRATO

Finalità e obiettivi operativi

Promuovere, premiare e sostenere le attività di orientamento e placement con il fine di rafforzare da un lato le competenze maturate in contesti informali e non formali, anche all'estero, dall'altro la transizione scuola-lavoro e università-lavoro, riducendo così il mismatch lavorativo e favorendo un efficace *upskilling*.

Sul fronte degli obiettivi operativi si intende quindi attivare e gestire contributi e premi volti a favorire la co-progettazione di percorsi "di qualità" tra scuole e imprese e a sostenere percorsi efficaci di transizione scuola lavoro.

Linee di intervento

- Erogazione di contributi a favore sia delle imprese- e/o delle scuole per la realizzazione di attività di progettazione e/o di co-progettazione di percorsi di qualità riferiti a: ITS, apprendistato, sistema duale, stage, tirocini (curricolari ed extracurricolari) in Italia e all'estero (anche utilizzando la rete CCIE).
- Promozione di concorsi rivolti a scuole secondarie di secondo grado, leFP, ITS, ed altri soggetti a favore dello sviluppo dell'apprendistato, del sistema duale realizzato in impresa, di imprese simulata, project work, etc, in Italia e all'estero (anche utilizzando la rete CCIE) per favorire la transizione scuola-lavoro.
- Gestione dei bandi di selezione e dei concorsi comprese le relative attività di coordinamento con le imprese e le scuole, la gestione amministrativa e finanziaria dei contributi/premi, nonché tutti i necessari servizi di supporto ai percorsi operativi connessi.



3.6 REALIZZAZIONE DI PROGETTI INNOVATIVI

Finalità e obiettivi operativi

Promuovere, attivare e mettere in rete progetti e attività per il rafforzamento nel sistema scolastico e universitario delle competenze imprenditoriali, digitali, green (anche in raccordo con i progetti PiD, Turismo, Internazionalizzazione). Sul fronte degli obiettivi operativi si intende quindi favorire l'individuazione, segnalazione e promozione di buone pratiche e/o progetti innovativi per la realizzazione e personalizzazione a livello territoriale di iniziative e/o attività volte a rafforzare la collaborazione tra scuole, imprese, enti sui seguenti temi: digitale, green, turismo, internazionalizzazione. Nella fase di individuazione dei progetti potranno essere utilizzate anche forme quali i concorsi di idee, gli appalti pre-commerciali (PCP) e/o i partenariati per l'innovazione.

Linee di intervento

- Promozione delle buone pratiche e delle progettualità più efficaci, a partire da quelle realizzate nel precedente progetto "Orientamento al lavoro e alle professioni".
- Sostegno, in termini finanziari e progettuali, ad attività di orientamento e supporto al placement, a valle delle indicazioni che emergeranno dalle periodiche riunioni dei Network territoriali.
- Programmazione e attivazione di progetti specifici di formazione per docenti e tutor d'impresa volti a far emergere, identificare e qualificare le competenze degli studenti impegnati in attività informali e non formali.
- Promozione e realizzazione di percorsi di formazione per studenti con la finalità di far conoscere quali sono le competenze legate al digitale, green, turismo, internazionalizzazione, anche in ottica di contribuire a favorirne l'attestazione/ certificazione.

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

4 BUDGET DI PROGETTO NEL TRIENNIO 2020-2022

Vedi allegato



PROGETTI FINANZIATI CON L'AUMENTO DEL 20% DEL DIRITTO ANNUALE

CAMERA DI COMMERCIO DI **BARI**

PROVENTO NETTO **931.196,46**

FORMAZIONE LAVORO

RIEPILOGO COSTI	TOTALE IVA INCLUSA	% sul costo totale del progetto	% progetto nazionale
COSTI INTERNI INCLUSE SPESE GENERALI	270.046,97	29,0%	29,0%
COSTI ESTERNI:			
1. Servizi tecnici di supporto	0,00	0,0%	0,0%
2. Formazione personale camerale	5.587,18	0,6%	0,6%
3. Eventi per l'orientamento e transizione scuola-lavoro e università-lavoro	84.738,88	9,1%	9,1%
4. Servizi di assistenza tecnica. Sviluppo collaborazioni con scuole, università, ITS, ecc. Sviluppo progetti innovativi in tema di formazione e lavoro	140.610,66	15,1%	15,1%
5. Piattaforme informatiche, banche dati e strumenti di analisi	70.770,93	7,6%	7,6%
6. Attività di comunicazione (nazionale)	35.385,47	3,8%	3,8%
7. Attrezzature (comunicazione a livello locale)	35.385,47	3,8%	3,8%
Totale costi esterni	372.478,59	40,0%	40,0%
8. VOUCHER / CONTRIBUTI	288.670,90	31,0%	31,0%
TOTALE COSTI PROGETTO	931.196,46	100,0%	100,0%



CAMERA DI COMMERCIO
BARI

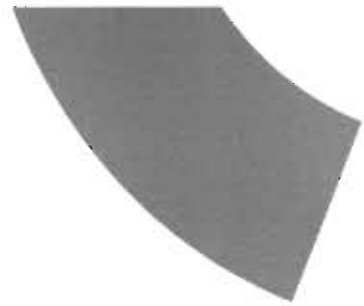


**Progetti finanziati con l'aumento del 20% del diritto annuale
Triennio 2020-2022**

**PROMOZIONE DEL TURISMO E
VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO
CULTURALE**

Relazione illustrativa

Progetto Camera di Commercio di Bari



1 IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Il turismo rappresenta una risorsa naturale e strategica del Paese, soprattutto per il Meridione, la più grande “promessa” italiana, che potrebbe raddoppiare facilmente il suo contributo al PIL italiano, oggi attestato al 6%.

L’Italia è la meta più ambita dai turisti stranieri, ma non per questo la più visitata. Siamo solo al quinto posto al mondo per numero di arrivi internazionali. Prima di noi ci sono Francia, Spagna, Stati Uniti e Cina. Occorre, dunque, tramutare questo potenziale turistico in una concreta opportunità di sviluppo, migliorando la nostra capacità di attrazione indipendentemente dalle classifiche ufficiali sugli arrivi internazionali.

Ad attrarre i vacanzieri, oltre ai siti naturalistici ed enogastronomici, è il patrimonio artistico e culturale: l’Italia detiene la più elevata concentrazione di siti dichiarati patrimonio dell’umanità dall’Unesco. Sono in tutto 54 che ospitano quasi la metà dei turisti stranieri. Non c’è nessun altro Paese a poterne vantare tanti. Persino una nazione grande e ricca di storia come la Cina ne conta meno di noi, attestandosi al secondo posto con 53 siti. È dunque un patrimonio che dobbiamo sapere adeguatamente valorizzare.

C’è quindi una fragilità di sistema che va affrontata. Il turismo potrebbe diventare un formidabile volano per la crescita dell’intero Paese ma occorre una strategia di settore.

Dal 2010 al 2018 la domanda turistica nelle città d’arte è, infatti, cresciuta del +20,8% (pari ad un aumento di 19,5 milioni) con un incremento medio annuo del +2,4%, come si evince dall’indagine “Turismo nelle città d’Arte e nei borghi d’Italia” realizzata da Centro Studi Turistici di Firenze per Assoturismo Confesercenti. La componente principale del mercato è data dagli stranieri, che rappresentano circa il 60% circa delle presenze, troppo concentrate, però, nelle città più note: oltre 84 milioni si concentrano nelle prime dieci città d’arte, ovvero Roma, Milano, Firenze, Venezia, Torino, Napoli, Bologna, Verona, Genova e Pisa.

Un paradosso, a ben pensarci, che da un lato sta generando problemi di overtourism, e dall’altro fa emergere con molta fatica il patrimonio considerato “minore”, ma che minore di fatto non è in un’Italia che ha necessità di consolidare il suo appeal culturale.



Attraverso il progetto Mirabilia Network le Camere di Commercio aderenti - tra cui quella di Bari - stanno tentando di scardinare questa polarizzazione promuovendo, un'offerta turistica integrata dei siti UNESCO "meno noti", che renda visibile e fruibile il collegamento tra territori turisticamente, culturalmente e artisticamente accomunati dal riconoscimento UNESCO con l'obiettivo di incrementare l'attività promozionale e la riconoscibilità presso il grande pubblico. Ci si propone, di fatto, ad un pubblico internazionale, connettendo le peculiarità che contribuiscono a un plusvalore rispetto ad una domanda sempre più mirata di nuovi viaggiatori.

Nato nel 2012 su iniziativa dell'allora Camera di Commercio di Matera il progetto intende potenziare il turismo culturale interpretandolo in senso moderno e ampio, inquadrando la cultura non come elemento elitario ma come fattore di condivisione, partecipazione, comunanza di valori, territori, uomini e idee. Il nuovo approccio diventa il volano attraverso cui fare rete e trainare gli altri comparti, con un nuovo sguardo verso il territorio, le sue risorse, il suo patrimonio tangibile e intangibile, le sue comunità, interpretando l'evoluzione stessa del concetto di cultura così come definita dalla Convenzione di Faro. Con "cultura", infatti, oggi, si definisce un perimetro molto ampio e, di conseguenza, il turismo culturale è caratterizzato da motivazioni che riguardano non solo la visita di beni storici e artistici ma anche la partecipazione a mostre, concerti, il desiderio di approfondire la conoscenza delle tradizioni, del folklore, dell'artigianato e dell'enogastronomia.

Mirabilia intende dunque proporre "un'altra Italia" che scalpita per essere conosciuta all'estero: un'Italia di eccellenze culturali, di sapori, di panorami irripetibili, singole tessere di un unico puzzle che potrebbe spingere l'imprenditore o il turista straniero a superare le classiche mete, sotto la spinta congiunta di fattori attrattivi quali l'ambiente (con tutta la tematica legata al green), l'artigianato artistico, l'enogastronomia, la cultura: un'interpretazione estesa e moderna del Made in Italy, un brand che è ancora tra i primi al mondo in termini di ricerche e posizionamento.

Quel che offre in più Mirabilia è il saper mettere in rete i siti meno conosciuti accomunando tre formidabili traini quali la cultura, le bellezze naturali e il cibo, creando le condizioni affinché domanda e offerta si incontrino.



Mirabilia Network - che oggi si concretizza in un'associazione di cui fanno parte Unioncamere Nazionale e 16 Camere di Commercio che promuovono i luoghi riconosciuti dall'UNESCO come Patrimonio dell'Umanità: CCIAA della Basilicata (ente capofila) e CCIAA di Messina, Bari, Benevento, Caserta, Crotone, Genova, Molise, Pavia, Perugia, Riviere di Liguria, Sassari, Sud Est Sicilia, Pordenone-Udine, Venezia Giulia e Verona - è un progetto complesso e ha una serie di articolazioni, tematiche e territoriali, che necessitano di un'attenzione costante per seguire, far emergere e valorizzare ogni singolo segmento.

I siti Unesco svolgono soprattutto una funzione di protezione del patrimonio materiale. Tuttavia, con la crescita del turismo culturale ed in particolare dei nuovi segmenti di "turismi culturali" legati all'esperienza profonda dei luoghi, i siti Unesco possono essere valorizzati da un punto di vista turistico partendo dalle proprie caratteristiche di sostenibilità e di equilibrio tra patrimonio culturale e naturale e l'"impronta turistica" legata al dato sulle presenze.

Tab. 1. La rete Mirabilia dei siti Unesco: dati sulle presenze turistiche e popolazione per sito e comune

Nome WHS Comune	Provincia	Comuni WHS	Presenze 2014	Presenze 2017	Presenze 2017/2014	Pop. 2017
Assisi, la Basilica di San Francesco e altri siti francescani Assisi	Perugia	1	1.053.867	973.191	-7,66%	28.352
Castel del Monte - Andria	BAT	1	20.601	28.476	38,23%	99.857
Città del tardo barocco della Val di Noto (Sud-est Sicilia) Caltagirone, Catania, Militello in Val di Catania, Modica, Noto, Palazzolo, Acreide, Ragusa, Scicli	Catania, Ragusa, Siracusa	8	1.984.571	2.154.390	8,56%	545.089
Città di Verona - Verona	Verona	1	1.681.443	2.317.359	37,82%	257.275
Genova: Le Strade Nuove e il sistema dei Palazzi dei Rolli Genova	Genova	1	1.581.097	1.861.432	17,73%	580.097
I Sassi e il parco delle chiese rupestri di Matera Matera	Matera	1	244.847	447.721	82,86%	60.403
I Trulli di Alberobello - Alberobello	Bari	1	182.832	254.905	39,42%	10.725
Isole Eolie - Leni, Lipari, Malfa, Santa Marina Salina	Messina	4	504.718	528.497	4,71%	15.375



Le Dolomiti - Ampezzo, Andreis, Barcis, Cimolais, Claut, Erto e Casso, Forni di Sopra, Forni di Sotto, Frisanco, Montereale Valcellina, Socchieve, Tramonti di Sopra	Udine e Pordenone	12	88.927	103.326	16,19%	10.867
Longobardi in Italia. Luoghi del potere (568-774 A.D.): il Templetto del Clitunno - Campello sul Clitunno	Perugia	1	15.012	18.222	21,38%	2.375
Longobardi in Italia. Luoghi del potere (568-774 A.D.): il Templetto Longobardo - Cividale del Friuli	Udine	1	37.294	42.013	12,65%	11.176
Longobardi in Italia. Luoghi del potere (568-774 A.D.): la basilica di San Salvatore - Spoleto	Perugia	1	212.609	232.289	9,26%	37.964
Longobardi in Italia. Luoghi del potere (568-774 A.D.): la Chiesa di Santa Sofia - Benevento	Benevento	1	53.627	56.629	5,60%	59.789
Opere di difesa veneziane tra XVI e XVII secolo AREA TRANSFRONTALIERA - Palmanova	Udine	1	1.879.699	2.418.825	28,68%	5.419
Portovenere, Cinque Terre, and le isole Palmaria, Tino and Tinetto - Monterosso al Mare, Portovenere, Riomaggiore, Vernazza	La Spezia	4	467.324	648.732	38,82%	7.285
Reggia di Caserta con il parco, l'acquedotto e il complesso di San Leucio - Caserta	Caserta	1	182.648	242.510	32,77%	75.561
Siti palafitticoli preistorici dell'arco alpino AREA TRANSAZIONALE - Polcenigo	Pordenone	1	1.448	14.778	-	3.151
Zona archeologica e basilica patriarcale di Aquileia - Aquileia	Udine	1	90.178	126.303	40,06%	3.306
WHS Mirabilia*		42	8.422.440	10.079.944	19,68%	1.810.915
WHS Italia		450	115.943.400	133.764.224	15,37%	13.263.217
WHS Mirabilia/WHS Italia		9,33%	7,26%	7,54%		13,65%

Fonte: Elaborazioni CityO su dati Istat

* Esclusi patrimonio Intangibile Sassari (ICH) + siti Sila e Pollino e candidature Pavia, Molise,

NOTA: I 42 comuni che compongono i siti Unesco della rete Mirabilia e i 450 siti Unesco italiani includono sia i comuni con il dato Istat sulle presenze reso pubblico sia i comuni con il dato Istat oscurato per motivi di privacy. Se si escludono i comuni di cui Istat non pubblica dati su arrivi e presenze il N. Comuni di WHS Italia è pari 314 mentre il N. Comuni di Mirabilia è pari a 38.

Dato il basso contributo alle presenze turistiche dei comuni con dato oscurato, spesso piccoli o molto piccoli, il totale delle presenze non varia significativamente. Le presenze nel 2014 e 2017 nella Tabella 2 si riferiscono ai comuni con il dato Istat pubblico.

Al fine di sviluppare le azioni programmate, le CCIAA partner sottoscrivono ogni anno una convenzione che definisce le azioni e regola gli aspetti finanziari in funzione del contributo che Ciascuna Camera di Commercio partner assicura per la realizzazione delle azioni comuni del progetto.



Il percorso progettuale intersettoriale prevede diversi momenti di promozione e un evento annuale di portata internazionale in Italia, durante il quale si realizzano incontri di affari fra l'offerta delle destinazioni e la domanda dei grandi buyer turistici internazionali.

2 OBIETTIVI DI PROGETTO

Per realizzare una programmazione di sistema, capace di affrontare la fragilità del settore turistico, sono state definite 4 priorità strategiche, da condividere anche con le Regioni, che puntano a far conoscere meglio i territori, a sostenere la competitività delle imprese rafforzando la qualità dell'offerta turistica, a valorizzare territori che offrono itinerari sostenibili da scoprire in modalità "slow", a sviluppare forme di aggregazione tra le imprese per collegare in "rete" i siti Unesco meno noti contribuendo a ridurre il sovraffollamento di alcune località turistiche famose e a promuovere la destagionalizzazione dei flussi.

Concentrare gli interventi prioritariamente su 4 linee progettuali consente di dare maggiore uniformità e riconoscibilità alle azioni svolte dalle Camere di commercio:

1. **Dare continuità** alle progettualità e alle iniziative di **promozione dei territori**;
2. **Potenziare la qualità della filiera turistica**;
3. **Incentivare il turismo lento**;
4. **Valorizzare le economie dei siti Unesco**.

3 AZIONI DI PROGETTO

Il progetto esecutivo e le relative azioni si sviluppano lungo le 4 linee progettuali delineate, con una logica di intervento di tipo modulare che definisce nel dettaglio la linea progettuale su cui concentrare - anche attraverso il contributo tecnico/scientifico delle società in house del Sistema camerale - le relative azioni, obiettivi e output progettuali. Di seguito il dettaglio delle linee proposte dalla Camera di commercio di Bari.

1. **Dare continuità** alle progettualità e alle iniziative di **promozione dei territori**, realizzate anche in stretto raccordo gli enti pubblici e privati locali, così da rendere più efficaci le politiche di sviluppo turistico dei territori. In questa linea sono ricomprese



anche le iniziative per la promozione e valorizzazione dei grandi eventi di livello nazionale e internazionale nonché le azioni da sviluppare a seguito del coordinamento con la programmazione turistica regionale.

La Camera di Commercio di Bari ha investito negli anni in diverse progetti di valorizzazione dei territori, attraverso la realizzazione di iniziative di promozione turistica avvalendosi anche delle risorse dei Fondi FESR dell'Unione Europea o, recentemente, in collaborazione con gli enti locali, nello specifico la Città Metropolitana di Bari e il Comune di Bari, per la realizzazione di uno strumento - la Terra di Bari Guest Card - che intende costruire un sistema integrato per il turismo in grado di offrire al visitatore flessibilità, facilità e completezza dell'offerta attraverso l'integrazione degli operatori culturali e turistici. Accanto a queste iniziative la Camera di Commercio di Bari non ha fatto mancare il suo apporto alle varie iniziative culturali, sportive e religiose/tradizionali che si realizzano sul territorio di competenza. Alcune di queste hanno assunto una notorietà nazionale richiamando numerosi turisti e visitatori. Le attività proposte sono attivate per avviare una sempre più proficua collaborazione con i soggetti pubblici locali e la Regione nonché il sistema delle imprese. Si intende avviare un percorso di conoscenza dei fruitori degli eventi (i partecipanti) per analizzare tutti gli aspetti più prettamente turistici e per avviare azioni di miglioramento e di valorizzazione degli eventi. Si prevede infatti un impianto di monitoraggio "intelligente" che attraverso tecniche innovative possa disegnare un sistema combinato tra azioni di promozione sui partecipanti e che contemporaneamente ne monitorino le provenienze e gli spostamenti.

A tal fine la Camera di Commercio di Bari intende realizzare le seguenti attività:

1. raccolta e analisi di dati relativi agli eventi da immettere nella piattaforma Simoo – mappa delle opportunità,
2. attivare un impianto di monitoraggio innovativo con le tecniche del tracking, e abbinandolo a messaggi promozionali sugli eventi o sulle imprese della filiera turistica;
3. organizzazione di incontri con gli stakeholder per condividere i dati e le informazioni e per avviare linee di lavoro coordinato.



2. Potenziare la qualità della filiera turistica,

In questa linea, tema chiave sarà quello dell'assistenza alle imprese per rafforzarle in termini di qualità e innovazione dell'offerta e migliorando anche la loro capacità di leggere il contesto e governare lo sviluppo.

Elemento chiave per attivare una politica della qualità dell'offerta turistica è l'analisi del livello espresso in termini di notorietà, sentiment e reputation di tutto il sistema turistico e dei suoi diversi prodotti turistici. Si intende pertanto realizzare un monitoraggio costante sulla qualità espressa e soprattutto percepita dalla clientela turistica per le diverse tipologie di prodotti turistici acquistati. Si tratta quindi di analizzare le tre componenti sul territorio: risorse, imprese, organizzazione del territorio, e la destinazione nel suo complesso, in termini anche di customer care. Le analisi sono propedeutiche alla implementazione delle strategie per la diversificazione dell'offerta e per l'incremento della qualità nei servizi e soprattutto nelle imprese della filiera turistica, e per avviare un percorso di incentivi alle imprese anche tramite voucher ma basati sulle risultanze delle analisi delle priorità necessari e per la qualificazione delle imprese della filiera turistica.

Questa fase di "lettura" del contesto sarà funzionale allo sviluppo di un programma "tailor made" per la riqualificazione delle imprese del settore che punti a migliorare le performance di queste ultime in relazione a: sostenibilità ambientale, migliore fruizione/accessibilità del patrimonio turistico, opportunità di sviluppo e crescita in termini di nuove competenze digitali, qualità dei servizi turistici, con particolare riferimento al marchio di Ospitalità Italiana.

A tal fine la Camera di Commercio di Bari intende realizzare le seguenti attività:

1. attivare un impianto di monitoraggio innovativo attraverso la piattaforma turismo big data per la valutazione degli aspetti di notorietà, reputation e qualità percepita della destinazione, dei prodotti turistici e delle imprese.
2. Avviare un'attività di assistenza alle imprese del settore per misurare il loro livello di qualità, valutando le performance in tema di sostenibilità ambientale, accessibilità, digitalizzazione e comunicazione web. In particolare attraverso il "Marchio Ospitalità" le strutture ricettive e di ristorazione potranno ottenere una certificazione che attesta il livello di quality raggiunto e il fatto che la struttura ha in corso un processo di upgrading.



3. Incentivare il turismo lento, attraverso la promozione e/o l'animazione di cammini, itinerari, ciclovie, etc. dedicati ai tematismi religiosi, storici, culturali, produttivi, enogastronomici, etc., incentivando il coinvolgimento dei sistemi economici locali anche prevedendo iniziative di incoming turistico ed educational tour.

Le nuove forme di turismo slow, la riscoperta del muoversi lento (a piedi, in bicicletta, a cavallo) sono connesse a una nuova cultura del turismo basata sempre di più su una maggiore sensibilità e su una rinnovata coscienza ambientale, proprio della domanda turistica mondiale.

Un turismo che, per le sue caratteristiche, è spesso un volano eccezionale per l'economia dei territori che ne sono interessati, luoghi paesaggisticamente di pregio, situati in aree che non sopporterebbero altro turismo se non quello slow di chi si muove a piedi, con lo zaino sulle spalle, e che spesso cerca dentro di sé, e non al di fuori, le motivazioni del viaggio, non considerando essenziali molti dettagli cui invece fa estrema attenzione il turista tradizionale.

Ma un turista, quello che cammina, che non sceglie una struttura ricettiva in base ai servizi dell'hotel o al menu del ristorante, ha certamente esigenze diverse rispetto al turista tradizionale.

Occorre quindi analizzare informazioni e dati per uno sviluppo turistico legato alle vie, ai cammini, ai percorsi ciclabili, ecc. per poter immaginare nuove modalità di fruizione accessibili del patrimonio culturale, storico e ambientale con chiavi di lettura connesse fortemente con i temi della sostenibilità, della riscoperta culturale ecc.

Per costruire un prodotto turistico si avvieranno azioni per fare in modo (incontri, tavole rotonde, momenti do co-working) che il territorio, gli operatori, le amministrazioni pubbliche sposino il progetto; occorre "vestire" il percorso, non solo promuoverlo e, soprattutto è indispensabile lavorare per la creazione di un coordinamento delle diverse azioni tra i diversi attori competenti. Occorre, soprattutto, attrezzare questi prodotti turistici con servizi ad hoc, e per comprendere meglio si utilizzerà lo strumento della Mappa delle Opportunità (piattaforma digitale sviluppata da Unioncamere, anche attraverso l'analisi delle best practice presenti in Italia e di mettere a fuoco le mancanze e le carenze di servizi e diventare opportunità di nuovi business o di riorganizzazione dei territori. Si mapperanno tutti i dati e le informazioni sui percorsi del turismo lento e i risultati saranno condivisi con gli stakeholder territoriali.



Oltre alle attività di condivisione delle strategie si avvierà un impianto di monitoraggio sia con metodologie innovative sia con indagini tradizionali.

A tal fine la Camera di Commercio di Bari intende realizzare le seguenti attività:

1. raccolta e analisi di dati relativi all'offerta di turismo culturale della provincia, con specifico riferimento ai percorsi legati al turismo lento (cammini, ciclovie, trekking ecc.) e loro valutazione come attrattori turistici attraverso la piattaforma Mappa delle Opportunità;
2. organizzazione di incontri con gli stakeholder per condividere i dati e le informazioni e per avviare linee di lavoro coordinato;
3. avvio di un sistema di monitoraggio sugli effetti delle iniziative di stampo più tradizionale con interviste ad hoc ai turisti e alle imprese, e con tecniche più innovative con l'ausilio della piattaforma Turismo Big data di Unioncamere.
4. Assistenza per la realizzazione di incontri con le imprese al fine di costruire con loro dei percorsi di rafforzamento dell'offerta turistica, anche attraverso lo strumento di reti di impresa.

4. Valorizzare le economie dei siti Unesco, per implementare reti di connessione tra i siti Unesco, in particolare quelli meno noti, e tra le imprese e le economie di questi territori, incentivando eventi B2B, iniziative di formazione per gli operatori e di qualificazione dei territori, per aumentarne la promozione e la riconoscibilità presso il grande pubblico, nonché azioni di valorizzazione dell'artigianato artistico e interventi finalizzati alla creazione di un network tra Camere di commercio e scuole, con l'obiettivo di favorire la conoscenza dei territori e lo sviluppo di professioni legate alle industrie culturali e creative, al turismo e ai comparti affini.

BORSA DEL TURISMO CULTURALE e MIRABILIA FOOD&DRINK

Tra le finalità dell'Associazione vi è quella di creare occasioni d'affari tra domanda e offerta nel settore turismo e nei settori a esso strettamente collegati, attuando azioni specifiche di B2B. In questa direzione l'Associazione realizza attività e iniziative di internazionalizzazione, in linea



con quanto disposto nel Protocollo di intesa sottoscritto tra il Ministero dello Sviluppo Economico e Unioncamere nazionale.

Di recente realizzazione, a Matera, la Borsa Internazionale del Turismo Culturale: un evento B2B riservato agli imprenditori del settore (tour operator, agenzie di viaggio, albergatori, agenzie di incoming) operanti nei territori che possono vantare la candidatura o la titolarità di un sito materiale riconosciuto come bene patrimonio dell'umanità dall'Unesco, e a 50 buyers (operatori incoming, decision manager, buyers luxury travel) provenienti dai Paesi dell'Unione europea, dagli Usa, dal Giappone e dalla Cina.

All'interno della Borsa si è svolto il "Mirabilia Food&Drink", giunto alla IV edizione. In collaborazione con ICE, l'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. La Borsa agroalimentare MIRABILIA FOOD&DRINK, un B2B nel settore agroalimentare, è riservato agli imprenditori italiani del settore (produttori, rappresentanti, aziende operanti nel settore della commercializzazione, consorzi, reti di impresa, ecc) operanti nei territori delle CCIAA partner MIRABILIA e a circa 35 buyer provenienti da area europea e da Giappone, Brasile, Canada, California.

MIRABILIA FOOD&DRINK coniuga la promozione dei beni materiali riconosciuti patrimonio mondiale dell'umanità dall'Unesco siti nei territori del partenariato MIRABILIA e il bene immateriale della Dieta Mediterranea, che accomuna i prodotti tipici nei rispettivi specifici contesti culturali, ambientali, storici e sociali, proponendoli a un pubblico internazionale sempre più attento ed esigente a un turismo culturale di grande qualità.

MIRABILIA ARTinART

MIRABILIA ARTinArt arricchisce gli itinerari del turismo culturale con la valorizzazione dell'artigianato artistico dei siti UNESCO del Network MIRABILIA suggerendo al visitatore la scoperta dei territori, in una logica di turismo esperienziale e creativo. L'obiettivo è realizzato attraverso l'organizzazione di un bando/concorso per la selezione di opere realizzate con tecniche e materiali scelti dagli artigiani.

ITINERARI TURISTICI

Il partenariato si occupa della definizione di percorsi turistici in accordo con la Rete d'impresa Mirabilia che saranno promossi in un unicum attraverso un brand comune la cui innovazione



attiene la messa in rete di territori diversi per tradizioni e morfologia, ma correlati dall'ospitare un sito Unesco. Ogni Camera può impegnarsi a sostenere operativamente sul proprio territorio la Rete d'impresa Mirabilia per promuovere la commercializzazione dei pacchetti turistici con le modalità che ritiene opportune.

EVENTI COLLATERALI AL TURISMO

- Post tour buyer; a conclusione dell'evento Borsa Internazionale, una selezione di buyer partecipanti al workshop saranno invitati a partecipare al post tour per permettere ai buyer di visitare luoghi e strutture ricettive di alcune CCIAA partner per sperimentare gli itinerari turistici messi a punto con il progetto: visitare il luogo di destinazione nell'ottica proposta dal pacchetto ideato collaudando i servizi, i tempi e la fattibilità dei percorsi proposti.
- Press tour In occasione della Borsa del turismo saranno invitati giornalisti di settore per pubblicizzare l'iniziativa e per invitarli a conoscere i territori coinvolti. A conclusione dell'evento Borsa Internazionale alcuni dei giornalisti partecipanti al workshop sono stati invitati a partecipare al press tour.

FORMAZIONE

Sarà progettato e realizzato uno o più percorsi formativi ad hoc rivolto alle imprese o ai funzionari referenti del progetto su temi innovativi inerenti l'offerta turistica o progetti di sviluppo in campo turistico in funzione dell'interesse manifestato dai partecipanti o dalle singole Camere di Commercio.

AZIONE SCUOLE

Il progetto ha sperimentato la creazione di un network tra CCIAA e scuole. L'obiettivo è favorire la conoscenza dei territori delle province aderenti, titolari di un sito materiale riconosciuto bene patrimonio mondiale dell'Umanità dall'Unesco: un'occasione di promozione territoriale rappresentata dal turismo scolastico che costituisce un'azione di stimolo per la conoscenza per i giovani studenti anche attraverso delle lezioni itineranti in ciascuna città di destinazione acquisendo di fatto il ruolo e il titolo di



“Ambasciatori di città Unesco”; il partenariato interessato potrà proporre un percorso teso a definire il coinvolgimento del sistema scolastico di ciascuna provincia partner.

AZIONE UNIVERSITA'

E' possibile avviare la selezione di giovani studenti universitari o laureati che svolgano la funzione di animatori territoriali. Ciascuna Camera di Commercio potrà ospitare un tirocinio post universitario della durata massima di 6 mesi, indirizzandone l'attività verso la divulgazione del progetto, la rilevazione dei bisogni, l'ascolto degli stakeholders locali con l'obiettivo di analizzare le criticità prospettando soluzioni e strategie di marketing progettuale che potranno essere adottate per la gestione del progetto MIRABILIA. Dovrà trattarsi di un laureato presso Corsi di Laurea in Scienze del Turismo, Economia del Turismo o similari.

SVILUPPO APPLICATIVI TECNOLOGICI

Mirabilia intende implementare strumenti tecnologici digitali in supporto delle imprese e dei consumatori. Saranno sviluppati servizi digitali e applicativi per dare visibilità ai siti culturali e storico-architettonici e saranno diffuse misure innovative per ricerca, informazione, comunicazione, promozione e commercializzazione di prodotti e pacchetti turistici e culturali.

RETE MIRABILIA

Il progetto Mirabilia prevede lo sviluppo di un modello, ossia una rete di soggetti imprenditoriali disciplinata dal contratto di rete, già promossa con evidenza pubblica dal network delle Camere di commercio Mirabilia con bando del 01/07/2015; essa propone e commercializza sul mercato il prodotto Mirabilia secondo un programma operativo di ampio respiro: tra gli obiettivi strategici della Rete, aperta all'adesione di nuovi soggetti imprenditoriali dei territori partner Mirabilia rientrano:

- la commercializzazione sul mercato nazionale e internazionale di pacchetti turistici integrati dalla rete interregionale di Camere di Commercio;
- la promozione della conoscenza dei territori di riferimento,
- la creazione di un circuito commerciale delle strutture ricettive di incoming, dei prodotti enogastronomici, dei servizi professionali offerti dalle imprese partecipanti alle iniziative del progetto Mirabilia.



L'apporto concreto che la Rete di imprese MIRABILIA potrà garantire allo sviluppo commerciale del progetto rappresenta un salto di qualità nel fare sistema tra gli enti camerali e i territori nella valorizzazione e promozione dei siti Unesco.

Partenariati con Enti e Istituzioni straniere

Al fine di perseguire l'obiettivo di estendere il progetto a livello europeo, il progetto si potrà avvalere di accordi di collaborazione con le Camere di commercio estere attraverso Unioncamere Europa, per coinvolgere le stesse nelle azioni di progetto, anche attraverso la presenza di seller europei agli eventi B2B.

PIANO DI COMUNICAZIONE DI PROGETTO

Sarà progettato e realizzato un piano di comunicazione che assicuri e garantisca visibilità a tutti i partner e alle attività di progetto potenziando tanto la comunicazione on line, in particolare quella social, quanto quella off line. Saranno messi a disposizione delle Camere di commercio partner gli strumenti di comunicazione realizzati. In particolare, si provvederà a:

- potenziare e aggiornare il sito web www.mirabilianetwork.eu affinché sia effettivamente un adeguato strumento di promozione e di supporto alle attività di progetto;
- assicurare la visibilità del progetto su stampa specializzata e quotidiani nazionali e locali nel rispetto delle vigenti disposizioni normative;
- realizzare progettazione, stampa e diffusione, in occasione degli eventi sopracitati programmati, di un flyer di presentazione dei territori e degli itinerari di viaggio strutturati;
- materiali di comunicazione che l'Associazione e il partenariato tutto riterrà opportuni.

PARTECIPAZIONI AD EVENTI INTERNAZIONALI

Il progetto "MIRABILIA - EUROPEAN NETWORK OF UNESCO SITES" prevede la partecipazione alle fiere ed eventi, laddove il partenariato ne ravvisi l'opportunità, nei limiti di quanto previsto dalla recente riforma delle Camere di Commercio.



4 BUDGET DI PROGETTO NEL TRIENNIO 2020-2022

Vedi allegato



PROGETTI FINANZIATI CON L'AUMENTO DEL 20% DEL DIRITTO ANNUALE

CAMERA DI COMMERCIO DI **BARI**

PROVENTO NETTO **1.163.995,57**

TURISMO

RIEPILOGO COSTI	TOTALE IVA INCLUSA	% sul costo totale del progetto	% progetto nazionale
COSTI INTERNI INCLUSE SPESE GENERALI	232.799,11	20,0%	20,0%
COSTI ESTERNI:			
1. Servizi tecnici di supporto	0,00	0,0%	0,0%
2. Formazione personale camerale e promoter	0,00	0,0%	0,0%
3. Eventi indirizzati alle PMI e specialisti (es. informativi, formativi, ecc.)	34.919,87	3,0%	3,0%
4. Servizi di assistenza tecnica/Collaborazioni esterne	290.998,89	25,0%	25,0%
5. Piattaforme informatiche, banche dati e strumenti di analisi	232.799,11	20,0%	20,0%
6. Attività di comunicazione	81.479,69	7,0%	7,0%
7. Attrezzature	0,00	0,0%	0,0%
Totale costi esterni	640.197,56	55,0%	55,0%
8. VOUCHER / CONTRIBUTI	290.998,90	25,0%	25,0%
TOTALE COSTI PROGETTO	1.163.995,57	100,0%	100,0%



CAMERA DI COMMERCIO
BARI



**Progetti finanziati con l'aumento del 20% del diritto annuale
Triennio 2020-2022**

PREVENZIONE CRISI D'IMPRESA E SUPPORTO FINANZIARIO

Relazione illustrativa



1 IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Il Governo ha approvato il decreto legislativo 12 gennaio 2019, n° 14, relativo al **nuovo Codice della crisi di impresa e dell'insolvenza**, attuando il disposto della legge 155 del 19 ottobre 2017 (pubblicato sulla G.U. del 14 febbraio 2019).

Il provvedimento riforma in modo organico e sistematico la materia dell'insolvenza e delle procedure concorsuali. Gran parte del corpo normativo entrerà in vigore decorsi 18 mesi dalla sua pubblicazione (agosto 2020).

Il nuovo Codice riguarda una vasta gamma di misure: **l'intervento anticipato prima che l'impresa versi in gravi difficoltà**, la ristrutturazione precoce per preservare le parti di attività economicamente sostenibili, la liquidazione dell'attivo se l'impresa non può essere salvata in altro modo, fino alla possibilità **per l'imprenditore onesto di ottenere una seconda opportunità**.

Un quadro normativo ben funzionante in materia di crisi ed insolvenza, che copra tutte queste misure, è un elemento essenziale per un contesto imprenditoriale sano, in quanto sostiene gli scambi commerciali e gli investimenti, contribuisce a creare e mantenere posti di lavoro e aiuta le economie a assorbire più facilmente gli shock economici che generano livelli elevati di prestiti deteriorati e disoccupazione.

La novità «rivoluzionaria» introdotta dal Codice è rappresentata dall'introduzione degli strumenti di allerta e di composizione assistita della crisi d'impresa.

Nel nostro Paese, sono circa 11mila le imprese annualmente interessate da fallimento o, secondo la nuova terminologia, da "liquidazione giudiziale"; si tratta di situazioni che, se affrontate con un anticipo medio di 12-18 mesi, potrebbero in una non piccola percentuale dei casi essere sottratte alle procedure fallimentari, salvando così oltre l'azienda, l'indotto ed i connessi livelli occupazionali.

Non solo la nuova terminologia lessicale ma tutto l'impianto che ne è derivato risultano in linea con le più moderne legislazioni che tendono ad attenuare il carattere esclusivamente sanzionatorio delle procedure concorsuali: lo stato di insolvenza, infatti, è spesso l'effetto di

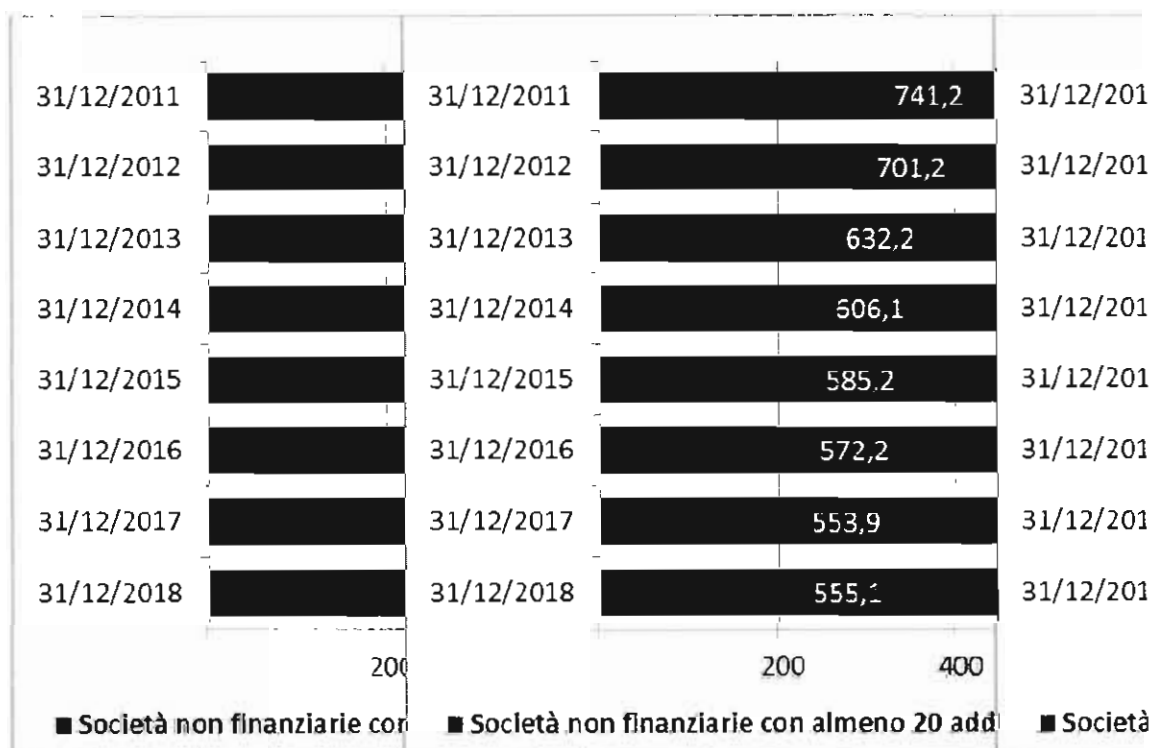


situazioni di criticità in cui gli imprenditori si sono trovati e non frutto di colpevolezze da stigmatizzare.

Molto spesso tali situazioni di difficoltà sono dettate da problemi di natura finanziaria.

Il recente Rapporto sugli strumenti finanziari pubblicato dall'Agencia della coesione territoriale evidenzia come le imprese con meno di 19 addetti – che dal 2011 hanno perso circa il 30 per cento del credito concesso loro dal sistema bancario – costituiscano per numero il 98,2 per cento del tessuto produttivo e il 57 per cento degli addetti. Affinché queste possano diventare più competitive occorre, tra gli altri ingredienti, più credito.

Figura: Impieghi vivi per classe dimensionale delle imprese (miliardi di euro)



Fonte: elaborazioni Agenzia per la coesione territoriale su dati Banca d'Italia

Il razionamento del credito alle imprese di minori dimensioni è un fenomeno complesso e articolato. E' decisamente importante comprendere che alla sua base, accanto alla congiuntura negativa e alle asimmetrie informative, ci sono altri fattori decisivi che solo recentemente hanno assunto carattere strutturale. Essi attengono alla regolazione internazionale sui requisiti patrimoniali degli intermediari finanziari e al business model adottato da gran parte del sistema bancario.



Negli anni della crisi il sistema di regole sui requisiti di capitale richiesti alle banche è stato progressivamente disciplinato in modo più stringente. Pur ammettendo che queste regole potranno rafforzare il sistema finanziario nel lungo periodo, non vi è dubbio che in questi anni esse hanno contribuito alla diminuzione della finanza concessa ai soggetti che, in quanto rischiosi o opachi rispetto alla metrica delle banche, implicano maggiori accantonamenti di capitale.

Inoltre, una serie di dinamiche di mercato, correlate anch'esse al quadro regolamentare, ha portato – e certamente continuerà a portare – alla progressiva concentrazione dell'offerta di credito in un numero più ristretto di banche, alla riduzione del numero di sportelli e di addetti e a un utilizzo sempre più diffuso delle tecnologie non solo per offrire servizi on-line alla clientela ma anche per valutarne l'affidabilità ai fini della concessione del credito.

Database e algoritmi, alla base dei **modelli di rating**, possono senza dubbio giovare alla qualità dei processi di allocazione del credito, soprattutto per le imprese più strutturate e con un elevato livello di accountability, ma **possono non essere sufficientemente accurati per le imprese di minori dimensioni**.

Il business model del sistema bancario è sempre più distante dal relationship lending il cui ultimo baluardo è fin qui stato il sistema delle Banche di Credito Cooperativo (BCC). Non è scontato che ciò possa esser vero nel futuro perché le BCC sono interessate da una riforma in grado di produrre importanti ripercussioni sul loro modus operandi.

2. GLI OBIETTIVI

L'obiettivo di fondo è quello di **promuovere una cultura della "prevenzione" delle situazioni di crisi finanziaria anche in fase antecedente alle segnalazioni formali** (all'insorgere, sulla base delle valutazioni della stessa impresa, di una situazione di rischio finanziario potenziale), in modo da favorire un rapporto più diretto e non solo "eccezionale" tra Camere e imprese rispetto a quest'ordine di problematiche, percependo la **Camera di commercio come una pubblica amministrazione "amica"** e non solo un passaggio procedurale nelle diverse fasi previste dal nuovo codice della crisi di impresa e dell'insolvenza. Questo anche perché la Camera è in condizione, a valle di un check-up aziendale, di offrire ulteriori servizi di supporto



sia di tipo organizzativo (es. digitalizzazione) che di promozione ed assistenza, la cui efficacia è condizionata dalla tempestività degli interventi.

La logica è quella dell'attivazione di una *customer journey* che parta dalla rilevazione delle criticità per proporre alle aziende un insieme coordinato di servizi e di interventi, non solo di tipo finanziario ma anche organizzativo-aziendale e di analisi del modello di business dell'impresa al fine di individuare eventuali criticità e proporre possibili soluzioni.

Il progetto punta quindi ad accostare ai servizi dei nuovi Organismi per la Composizione Assistita delle Crisi d'Impresa (OCRI), una serie di attività propedeutiche e di affiancamento finalizzate a rendere maggiormente consapevoli le imprese e i professionisti rispetto al nuovo strumento e, contestualmente, **favorire una maggiore diffusione della cultura finanziaria - specie tra le PMI - ed una visione più integrata delle diverse problematiche aziendali.**

In tale ottica, il progetto intende mettere a disposizione strumenti informativi, di apprendimento ed autovalutazione, sviluppare - in collaborazione con ordini e associazioni - attività formative per il personale camerale, imprese e professionisti e fornire alle PMI servizi di assistenza economico-aziendale e finanziaria.

Il progetto vuole, inoltre, diffondere una maggiore conoscenza e consapevolezza delle imprese e dei professionisti in tema di nuovo codice della crisi d'impresa e dell'insolvenza. In proposito verranno ricercate tutte le sinergie possibili con le iniziative già in corso o programmate da associazioni e ordini. Sempre sul versante info-formativo si opererà a favore di un forte collegamento con le iniziative relative all'educazione finanziaria.

3. LE ATTIVITA' E I SERVIZI

Il progetto si propone di sviluppare iniziative e servizi finalizzati alla prevenzione delle crisi d'impresa ed alla loro gestione. La finalità del progetto è anche quella di dotare le camere di competenze di tipo economico-aziendale, anche in vista dell'attivazione degli OCRI. Oltre ad opportune azioni formative del personale camerale, è anche previsto l'utilizzo di un meccanismo analogo a quello già utilizzato nel progetto PID («digital promoter» e «mentor») anche se – ovviamente - con un diverso profilo di competenze. Verranno inoltre sviluppate



collaborazioni con soggetti sia istituzionali che di tipo associativo. Un ulteriore capitolo è quello del supporto alle imprese in difficoltà finanziaria transitoria.

Di seguito si riportano le principali linee di attività ed i servizi progettuali.

- Realizzazione di **strumenti di supporto alla valutazione ed autovalutazione economico-finanziaria delle imprese** (per settori, territori, dimensioni), anche ai fini della prevenzione delle crisi d'impresa. In particolare, sono previsti tre strumenti:
 - a) il "*cruscotto*" sintetico basato sull'analisi di indici secondo le indicazioni del CNDCEC (una volta approvati dal MISE), con un algoritmo semplice in grado di identificare i parametri ufficiali che potrebbero portare alla segnalazione dell'impresa all'OCRI;
 - b) l'*analisi dinamica storica* approfondita, basata su una doppia analisi dei bilanci seguita da un'analisi di trend sui dati finanziari per valutare l'andamento generale anche con confronti con benchmark costituiti da imprese con caratteristiche analoghe;
 - c) l'*analisi dinamica previsionale*: essa si basa sulla possibilità di prevedere la situazione finanziaria futura di breve periodo grazie alla valutazione di serie storiche inserite in algoritmi, supportati anche da strumenti quali il machine learning.

Per lo sviluppo di tali strumenti verranno attivate collaborazioni con istituzioni, sistema del credito, università e associazioni/ordini. Il servizio prevederà anche la possibilità di auto-inserimento dei dati (ad esempio, per le imprese che non sono tenute al deposito di bilancio) e lo sviluppo - **in assoluta riservatezza** - dei vari livelli di analisi.

In alternativa sarà anche possibile procedere all'*assessment* economico-finanziario in modalità guidata con l'assistenza di un addetto della camera di commercio, sempre con impegno alla riservatezza, così come avviene per altre tipologie di servizio, ad esempio, quelli relativi alla digitalizzazione o all'internazionalizzazione.

L'emersione anticipata e tempestiva di una crisi aziendale è, infatti, condizione *sine qua non* per poter gestire al meglio lo stato di difficoltà in cui versa l'azienda. Le Camere metteranno a disposizione delle imprese servizi e strumenti di valutazione e autodiagnosi economico-finanziaria utili ad individuare i primi segnali di crisi ed a relazionarsi con maggiore consapevolezza con banche ed intermediari finanziari.



Da rilevare che il progetto intende offrire risposte di servizio anche alle micro-imprese le quali, in caso di necessità, potrebbero essere indirizzate ai servizi OCC (vedi anche i casi possibili di “autosegnalazione” di una situazione di difficoltà finanziaria).

- La **disponibilità di adeguate competenze professionali** è, ovviamente, indispensabile per lo sviluppo di servizi di assistenza realmente efficaci e in grado di gestire situazioni che possono comprendere anche problematiche complesse.

In tale ottica sono state ipotizzate tre tipologie di figure professionali di affiancamento delle camere e delle imprese nello sviluppo delle attività del nuovo servizio. Ciascuno dei soggetti coinvolti, indipendentemente dal loro inquadramento e tipo di attività, non dovrà essere compreso negli elenchi dei potenziali componenti dei collegi OCRI ed assumerà impegni formali di riservatezza sulle informazioni acquisite.

Sono state previste tre tipologie di soggetti che affiancheranno dirigenti e funzionali camerali nella realizzazione del nuovo servizio di prevenzione della crisi d’impresa:

- a) **professionisti senior**, che collaboreranno direttamente a supporto della dirigenza camerale al fine di facilitare la conoscenza di merito e l’implementazione delle buone pratiche di gestione nella situazione di crisi di impresa sia per quanto riguarda la prevenzione delle crisi d’impresa che l’attività dell’OCRI. La selezione e contrattualizzazione verrà attuata, a scelta della camera, anche attraverso meccanismi di tipo nazionale al fine di rendere più “neutra” possibile la scelta del *professional* di affiancamento;
- b) **servizi di supporto tecnico-professionale**. In analogia con i “digital promoter” utilizzati per i PID, saranno individuati e contrattualizzati tecnici/specialisti con competenze in materia economico-giuridica e finanziaria, operanti in stretto raccordo con le camere di commercio sia a supporto degli aspetti operativo-gestionali degli OCRI che per sviluppare, nell’ambito dei servizi per la prevenzione della crisi d’impresa, azioni di tipo “push”, ossia, di coinvolgimento attivo delle imprese. A tal fine verranno messi a disposizione di tali figure professionali strumenti di analisi / assessment in grado di facilitare il rapporto con le PMI nella fase di contatto ed *engagement*.
- c) creazione di una **rete di Mentor**, così come realizzato con successo in altri progetti camerali (PID, internazionalizzazione) ed anche in molteplici esempi esteri, la quale



corrisponde all'esigenza di disporre di una rete professionale di secondo livello formata da alte professionalità non solo in ambito economico-finanziario ma anche tecnico-gestionale e di mercato. Si tratta della figura dei "mentor", generalmente rappresentati da manager e professionisti disposti ad impegnarsi volontariamente per attività di *counseling* a favore delle imprese ("mentee"). Anche in questo caso verrà definito un codice deontologico con impegni in termini di riservatezza e di divieto di sviluppo di attività commerciali nei confronti dei *mentee* per la durata dell'adesione al programma di mentoring. In particolare, verranno ricercate le più opportune collaborazioni con le associazioni dei manager e quelle professionali.

In sintesi, si tratta di tre livelli (*professional, promoter e mentor*) dei quali il primo è orientato a supportare professionalmente la camera di commercio, il secondo si colloca sia per azioni di supporto operativo alla camera che per azioni nei confronti delle imprese ed il terzo è totalmente destinato all'affiancamento delle imprese.

- **Formazione personale camerale e di supporto** coinvolto nei servizi di analisi e gestione delle crisi d'impresa, inclusi i casi segnalati all'OCRI.

Il personale delle Camere di commercio e di supporto che sarà coinvolto nelle nuove attività intraprenderà un percorso formativo professionalizzante finalizzato a trasmettere conoscenze, capacità tecniche, "soft skills" e strumenti. Tale percorso sarà articolato in cicli di formazione a distanza, in sessioni in presenza e sessioni laboratoriali di confronto e sperimentazione operativa.

- **Informazione imprese e professionisti** in tema di prevenzione delle crisi di impresa.

L'introduzione dei sistemi di allerta richiede un cambio di approccio culturale sia nel mondo delle imprese che in quello degli ordini professionali che necessita di un processo graduale e continuo di formazione/informazione.

- **Sviluppo partenariati** con gli istituti di credito e loro associazioni, associazioni imprenditoriali, università, professionisti e in materia di prevenzione e gestione delle crisi d'impresa.

Le Camere di commercio dovranno rappresentare il fulcro di un network di soggetti che svilupperanno le attività progettuali in sinergia e stretta collaborazione.



- **Piattaforme informatiche** di gestione dei dati relativi alle crisi d'impresa. Raccolta delle best practice in tema di composizione assistita delle crisi d'impresa.

Le attività faranno perno su una piattaforma informatica che sarà d'ausilio anche alle gestione dei casi aziendali che faranno riferimento agli OCRI.

- Sviluppo di **accordi e di servizi finanziari di sostegno** per le situazioni di crisi momentanea (es. dovuta ai ritardi di pagamento della PA).

Saranno messi a disposizione delle imprese sia servizi finanziari innovativi che guardano al fintech, come nel caso della costituzione di una piattaforma camerale di P2P lending, sia accordi finalizzati a favorire l'accesso al credito e alla finanza con istituti di credito, fondi di garanzia pubblica e mutualistica (fondo centrale di garanzia e confidi), organismi di microcredito, fondi di intervento nel capitale di rischio e business angels.

- **Rilancio dei servizi camerali** in materia di assistenza al **credito e finanza**.

L'azione delle Camere di commercio è stata fondata in passato sull'erogazione di contributi e fondi alle imprese finalizzati a migliorare le condizioni di accesso al credito, veicolati principalmente attraverso lo strumento dei confidi. Con tale progetto si vogliono invece erogare servizi (e non contributi) volti in prima battuta ad individuare e valutare (attraverso strumenti ad hoc) le difficoltà dell'azienda per poi assisterla ed accompagnarla verso lo strumento finanziario più idoneo rispetto allo specifico caso di crisi aziendale. Strumento che, a seconda dei casi e delle valutazioni fatte, potrebbe essere una banca, un fondo di garanzia, un investitore o un operatore di microcredito.

4. BUDGET DI PROGETTO NEL TRIENNIO 2020-2022

Vedi allegato



PROGETTI FINANZIATI CON L'AUMENTO DEL 20% DEL DIRITTO ANNUALE

CAMERA DI COMMERCIO DI **BARI**

PROVENTO NETTO **465.598,23**

SOSTEGNO ALLE CRISI DI IMPRESA

RIEPILOGO COSTI	TOTALE IVA INCLUSA	% sul costo totale del progetto	% progetto nazionale
COSTI INTERNI INCLUSE SPESE GENERALI	28.401,49	6,1%	6,1%
COSTI ESTERNI:			
1. Servizi tecnici di supporto, inclusi i promoter	202.535,23	43,5%	43,5%
2. Formazione personale camerale e promoter	4.655,98	1,0%	1,0%
3. Eventi indirizzati alle PMI e professionisti/ specialisti (es. informativi, formativi, ecc.)	31.660,68	6,8%	6,8%
4. Servizi di assistenza tecnica, inclusi i senior di affiancamento alla camera / Collaborazioni esterne	165.287,37	35,5%	35,5%
5. Piattaforme informatiche, banche dati e strumenti di analisi	22.348,72	4,8%	4,8%
6. Attività di comunicazione	10.708,76	2,3%	2,3%
7. Attrezzature	-	0,0%	0,0%
Totale costi esterni	437.196,74	93,9%	93,9%
8. VOUCHER / CONTRIBUTI		0,0%	0,0%
TOTALE COSTI PROGETTO	465.598,23	100,0%	100,0%