

DELIBERAZIONE N. 82 DEL 22.07.2025

OGGETTO: Art. 18 comma 10 legge 580/93 come modificato dal D.Lgs. 219/2016: proposta di aumento della misura del diritto annuale triennio 2026 -2028. Predisposizione Progetti: 1. Doppia transizione: digitale ed ecologica; 2. Internazionalizzazione delle imprese; 3. Turismo; 4. Competitività delle imprese: strumenti e servizi per l'accesso alla finanza.

La Presidente riferisce che, l'art. 18, comma 10, della Legge n. 580/1993, come modificato dal D.Lgs. n. 219/2016 e s.m.i., prevede che "Per il finanziamento di programmi e progetti presentati dalla camere di commercio, condivisi con le Regioni ed aventi per scopo la promozione dello sviluppo economico e l'organizzazione di servizi alle imprese, il Ministro dello sviluppo economico, su richiesta di Unioncamere, valutata la rilevanza dell'interesse del programma o del progetto nel quadro delle politiche strategiche nazionali, può autorizzare l'aumento, per gli esercizi di riferimento, della misura del diritto annuale fino ad un massimo del venti per cento. Il rapporto sui risultati dei progetti è inviato al Comitato di cui all'articolo 4-bis".

A tal proposito, Unioncamere nazionale, con nota prot. N. 22547/U del 20 giugno 2025 acquisita al protocollo camerale in data 23 giugno 2025 al prot.n. 53912, ha inviato alle Camere di Commercio i 4 progetti nazionali da finanziare con l'aumento del 20% del diritto annuale per il prossimo triennio 2026 - 2028: *1. Doppia transizione: digitale ed ecologica; 2. Internazionalizzazione delle imprese; 3. Turismo; 4. Competitività delle imprese: strumenti e servizi per l'accesso alla finanza.*

In merito, la Relatrice precisa che i progetti nazionali, che per alcuni aspetti danno continuità alle strategie di intervento sviluppate nel precedente triennio, riguardano:

- La doppia transizione digitale ed ecologica, con particolare attenzione alla diffusione delle tecnologie abilitanti, alla promozione della sostenibilità e all'evoluzione dei modelli organizzativi. In particolare, il progetto si prefigge innanzitutto di potenziare l'offerta di servizi dei PID attraverso l'attivazione di ecosistemi dell'innovazione digitale e green. L'altro aspetto innovativo, invece, mira a favorire un uso consapevole dell'Intelligenza Artificiale nelle imprese, continuare a sviluppare servizi per la Doppia Transizione e favorire interventi in materia di sostenibilità;
- Il turismo, con l'obiettivo di contribuire al rilancio e alla qualificazione dell'offerta turistica nazionale, rafforzando le attività di analisi del settore, promuovendo un approccio integrato alla valorizzazione delle destinazioni turistiche. In particolare, gli obiettivi delineati sono: la promozione dell'attrattività turistica, la programmazione dello sviluppo turistico e culturale, il potenziamento della qualità della filiera turistica nonché la progettualità e le iniziative di valorizzazione dei territori;
- L'internazionalizzazione delle imprese, con particolare attenzione alla valorizzazione delle filiere produttive territoriali e dei settori a più alto potenziale di esportazione, nonché di quelli più rappresentativi del Made in Italy, potenziando la capacità del sistema camerale di accompagnamento delle imprese, anche attraverso modelli innovativi, nel presidio dei mercati esteri. Vengono individuati cinque obiettivi specifici che si propone di attuare: a) Azioni rivolte ad identificare i target principali di progetto per aumentare l'export; b) orientamento verso mercati esteri ad alto



potenziale; c) focalizzazione settoriale e valorizzazione dei comparti ad alto valore aggiunto; d) promozione di partenariati istituzionali e territoriali; e) utilizzo e sviluppo della piattaforma SEI;

- Il sostegno alla competitività delle imprese, facilitando l'accesso delle PMI agli strumenti della finanza, in particolare quella complementare, nonché gli strumenti riconducibili al fintech e alla finanza agevolata. Gli obiettivi prioritari che si intendono raggiungere attraverso la costituzione dei Centri di servizi camerali per la finanza d'impresa e la prevenzione delle crisi (CEFIM) sono: a) qualificare le Camere con competenze di tipo economico-finanziario che saranno impiegate all'interno dei CEFIM; b) favorire una maggiore diffusione di competenze e conoscenze sui temi economico-finanziari ed una visione più integrata delle diverse problematiche aziendali nonché promuovere una cultura della prevenzione delle situazioni di crisi; c) promuovere e diffondere presso le imprese strumenti di assessment economico-finanziario per agevolare l'adozione consapevole da parte delle stesse PMI di strumenti e modelli digitali la cui importanza è ormai decisiva nell'arena della prevenzione e dei servizi finanziari ordinari e innovativi; d) promuovere servizi di informazione e orientamento sul tema della finanza agevolata a favore delle imprese.

In questo nuovo triennio di progettazione, sono state introdotte alcune novità che riguardano l'inserimento in ciascuno dei progetti di linee di attività trasversali, quali il CRM, la qualificazione delle competenze, l'uso delle nuove tecnologie, la comunicazione e la previsione di utilizzo delle risorse per voucher/contributi attraverso bandi nazionali.

La Giunta camerale è, pertanto, chiamata ad esprimersi, al fine di sottoporre all'approvazione del Consiglio camerale i Progetti ai quali aderire e la relativa ripartizione delle risorse.

LA GIUNTA

- Sentita la relazione della Presidente e gli interventi dei Consiglieri Fontana, Pomarico, Massaro, Piccioni Lombardi, Caizzi e Levi;
- Vista la Legge n. 580/1993 e s.m.i.;
- Visto il vigente Statuto della Camera di Commercio di Bari;
- Visto il D.P.R. n. 254/2005 "Regolamento per la disciplina della gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di Commercio";
- Richiamato 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 dalla camere di commercio, condivisi con le Regioni ed aventi per scopo la promozione dello sviluppo economico e l'organizzazione di servizi alle imprese, il Ministro dello sviluppo economico, su richiesta di Unioncamere, valutata la rilevanza dell'interesse del programma o del progetto nel quadro delle politiche strategiche nazionali, può autorizzare l'aumento, per gli esercizi di riferimento, della misura del diritto annuale fino ad un massimo del venti per cento. Il rapporto sui risultati dei progetti è inviato al Comitato di cui all'articolo 4-bis";
- Richiamata la nota trasmessa con nota prot. N. 22547/U del 20 giugno 2025 acquisita al protocollo camerale in data 23 giugno 2025 al prot.n. con la quale Unioncamere



Nazionale ha inviato alle Camere di Commercio i 4 progetti nazionali da finanziare con l'aumento del 20% del diritto annuale per il prossimo triennio 2026 – 2028: 1. Doppia transizione: digitale ed ecologica; 2. Internazionalizzazione delle imprese; 3. Turismo; 4. Competitività delle imprese: strumenti e servizi per l'accesso alla finanza;

- Visto che le novità introdotte in questo nuovo triennio di progettazione riguardano l'inserimento in ciascuno dei progetti di linee di attività trasversali, quali il CRM, la qualificazione delle competenze, l'uso delle nuove tecnologie, la comunicazione e la previsione di utilizzo delle risorse per voucher/contributi attraverso bandi nazionali;
- Esaminata la documentazione istruttoria (Progetti corredati delle relative tabelle dei costi) strumentale al provvedimento da assumere;
- Condivisa la proposta di destinare il 45% dell'aumento del diritto annuale al progetto nazionale "La doppia transizione: digitale ed ecologica", il 30% al progetto nazionale "Turismo" e il 25% al progetto nazionale "Internazionalizzazione delle Imprese", per un importo complessivo nel triennio di €. 5.481.072,18 da ripartire tra i tre progetti come di seguito specificato:
 - La doppia transizione: digitale ed ecologica (45%) € 2.466.482,48
 - Turismo (30%) €. 1.644.321,65
 - Internazionalizzazione delle Imprese (25%) €. 1.370.268,05
- Ritenuto di proporre al Consiglio camerale l'adesione ai suddetti Progetti, con relative tabelle dei costi che, allegati al presente provvedimento, ne costituiscono parte integrante e sostanziale;
- Visto il parere favorevole del Segretario Generale in merito alla legittimità del provvedimento;
- A voti unanimi, espressi in termini di legge in modalità telematica dai Componenti di Giunta presenti all'adunanza in videoconferenza ed in presenza da quelli in aula,

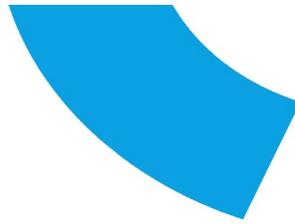
DELIBERA

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

- di proporre al Consiglio camerale l'adesione nel prossimo triennio 2026-2028 - previo Decreto di autorizzazione del Ministro dello Sviluppo Economico ai sensi dell'art. 18, comma 10, della Legge n. 580/93 e s.m.i. - ai Progetti 1. Doppia transizione: digitale ed ecologica; 2. Turismo; 3. Internazionalizzazione delle imprese;
- di proporre al Consiglio camerale di destinare il 45% dell'aumento del diritto annuale al progetto nazionale "La doppia transizione: digitale ed ecologica", il 30% al progetto nazionale "Turismo" e il 25% al progetto nazionale "Internazionalizzazione delle Imprese" per un importo complessivo nel triennio di €. 5.481.072,18 da ripartire tra i tre progetti come di seguito specificato:
 - La doppia transizione: digitale ed ecologica (45%) € 2.466.482,48
 - Turismo (30%) €. 1.644.321,65
 - Internazionalizzazione delle Imprese (25%) €. 1.370.268,05



CAMERA DI COMMERCIO
BARI



- di sottoporre all'approvazione del Consiglio Camerale la proposta della Giunta, con relative tabelle dei costi che, allegati al presente provvedimento, ne costituiscono parte integrante e sostanziale;
- di dichiarare il presente provvedimento immediatamente esecutivo.

IL SEGRETARIO GENERALE
(Angela Patrizia Partipilo)
f.to

LA PRESIDENTE
(Lucia Di Bisceglie)
f.to

L'originale del presente provvedimento, sottoscritto con firma olografa, è disponibile presso l'Ufficio "Segreteria Organi Istituzionali" dell'Ente.



Progetti 20% - Triennio 2026-2028

LA DOPPIA TRANSIZIONE: DIGITALE ED ECOLOGICA

Relazione illustrativa



1. IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Negli ultimi anni, la digitalizzazione e la diffusione delle **tecnologie digitali** hanno assunto un ruolo determinante nella crescita della produttività e della ricchezza a livello globale. A conferma di ciò, il World Economic Forum rileva che l'economia digitale – che attualmente rappresenta circa il 15,5% del PIL mondiale – contribuirà per il 70% alla crescita economica globale nel prossimo decennio.

In tale contesto, il **Rapporto Draghi** sottolinea come la digitalizzazione rappresenti un fattore chiave per la competitività del sistema economico europeo, soprattutto in relazione alla necessità di colmare il divario con gli Stati Uniti, con la Cina e con le altre economie emergenti. In questo quadro, l'integrazione verticale dell'**Intelligenza Artificiale (AI)** nelle filiere produttive è indicata come leva strategica per l'incremento della produttività, grazie alla sua capacità di trasformare radicalmente settori chiave, ottimizzando in modo trasversale progettazione, logistica, produzione e vendita. Sbloccare il potenziale innovativo offerto dalla digitalizzazione è dunque essenziale per diffondere le nuove tecnologie e mantenere competitivi anche i settori tradizionali che costituiscono il cuore del tessuto produttivo italiano.

Parallelamente alla trasformazione tecnologica, si è imposta con forza anche la sfida verso la transizione sostenibile ed energetica, acuita dagli effetti dei conflitti internazionali in corso e dal cambiamento climatico che stanno incidendo profondamente sui costi dell'energia e delle materie prime, mettendo a dura prova la tenuta di intere filiere produttive e rallentando la ripresa economica. Lo **sviluppo sostenibile** si conferma, quindi, un tema prioritario per le imprese anche alla luce dei recenti aggiornamenti normativi europei in materia di rendicontazione ESG e sostenibilità. Il nuovo pacchetto legislativo "*Omnibus*", proposto dalla Commissione Europea, ha introdotto rilevanti modifiche alla **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**, riducendo il numero di dati richiesti e limitando l'obbligo di reporting alle imprese. Contemporaneamente, la revisione degli **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)** ha portato a una semplificazione dei contenuti da rendicontare e al rinvio dell'adozione di alcuni standard settoriali. Ulteriori interventi includono il ridimensionamento e il differimento temporale dell'entrata in vigore della **Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD)**, prevista ora tra il 2028 e il 2029, nonché una razionalizzazione degli obblighi di **disclosure** previsti dalla normativa sulla **Tassonomia Europea**, oggi circoscritti alle imprese di maggiore dimensione, con facoltà di adesione volontaria per le altre. Queste misure di semplificazione, negli intenti della Commissione, contribuiscono ad alleggerire il carico amministrativo per le aziende senza compromettere gli obiettivi del **Green Deal europeo** e rappresentano un'opportunità per avvicinare le MPMI (Micro Piccole e Medie Imprese) alla rendicontazione ESG e alla transizione sostenibile, che rimangono fattori strategici di sviluppo e competitività. A ciò si aggiunge il perseguimento degli ambiziosi obiettivi comunitari in materia di decarbonizzazione, che rischia di generare ulteriori criticità per alcuni comparti industriali.

Il quadro delineato conferma che coniugare la trasformazione digitale con quella sostenibile ed ecologica rappresenta ancora oggi una delle sfide più attuali e urgenti per rilanciare produzione e investimenti, in particolare da parte delle micro e piccole imprese. Tale trasformazione è altresì centrale per consolidare e rendere strutturali i risultati raggiunti grazie alle iniziative del PNRR, contribuendo all'avvio di un ciclo di sviluppo più inclusivo, resiliente e sostenibile per l'economia del nostro Paese.

I **PID - Punti Impresa Digitale** - delle Camere di commercio, che in questi anni hanno svolto un'azione fondamentale accompagnando circa **800.000 imprese** nei processi di innovazione e di trasformazione digitale, possono dare un contributo rilevante nel raggiungimento dei suddetti obiettivi, rappresentando "**hub territoriali informativi e progettuali**" per le MPMI sui temi della "Doppia Transizione – digitale ed ecologica". A partire dai positivi risultati raggiunti dai



PID nelle precedenti annualità, si propone una nuova progettualità nel triennio 2026-2028 che miri a consolidare e potenziare le azioni già realizzate sul tema della “Doppia Transizione”, che rappresenta un elemento centrale del cambiamento economico-sociale in atto e assume un ruolo prioritario nelle misure e nei progetti di rilancio del nostro Paese nell’ambito del PNRR.

2. GLI OBIETTIVI

Gli obiettivi prioritari che la presente progettualità intende raggiungere sono:

- 1) **Potenziare l’offerta dei servizi dei PID attraverso l’attivazione di ecosistemi dell’innovazione digitale e green.** Per rispondere in maniera sempre più concreta, puntuale ed efficace ai fabbisogni tecnologici delle imprese, necessari anche alla transizione ecologica, è necessario potenziare l’offerta di servizi già presenti presso i PID (formazione, informazione, assessment, orientamento, ecc.), attraverso il consolidamento delle *partnership tecnologiche*, ovvero una rete di strutture specializzate verso cui orientare le MPMI in modo “mirato”, facilitando l’incontro tra domanda e offerta di tecnologia. Diverse, in questi anni, sono state le collaborazioni qualificate che il Sistema camerale nazionale e locale ha avviato con Enti di Ricerca (ENEA, CNR, CREA, CNIT, Politecnico di Torino, Università locali), con attori del Network Transizione 4.0 (Competence Center, Poli di Innovazione Digitale, ecc.) e con i player del sistema produttivo (start-up innovative, FabLab, grandi imprese, ecc.). Tali collaborazioni andranno ampliate e rafforzate per potenziare l’offerta dei servizi dei PID a beneficio delle imprese.
- 2) **Favorire un uso consapevole dell’Intelligenza Artificiale nelle imprese.** Una delle sfide del prossimo triennio sarà quella di aumentare l’applicazione, da parte degli imprenditori, dell’Intelligenza Artificiale nei diversi contesti operativi, superando diffidenze e semplificazioni che ne limitano l’adozione. In particolare, si intendono fornire strumenti concreti per aiutare le imprese a **orientarsi tra le numerose applicazioni disponibili** sul mercato, distinguendo tra soluzioni generative, predittive, di automazione o di supporto decisionale, e individuando quelle più adatte alle specifiche esigenze aziendali.
- 3) **Accrescere la cultura, la consapevolezza e le competenze delle imprese in materia digitale e sviluppo sostenibile, anche attraverso sistemi di certificazione.** La “Doppia Transizione - digitale ed ecologica” rappresenta oggi una sfida strutturale per il sistema produttivo nazionale. Tuttavia, la carenza di competenze tecniche e trasversali adeguate, sia tra i lavoratori sia tra gli imprenditori, ostacola l’efficace adozione delle tecnologie abilitanti e delle pratiche sostenibili. Inoltre, la rapida evoluzione delle professioni e l’emergere di nuovi profili legati all’AI, alla Cybersecurity, alla sostenibilità e alla gestione dei dati impone un ripensamento anche delle politiche dell’orientamento formativo e professionale, soprattutto per i giovani studenti e i lavoratori in transizione. Nello specifico gli assi prioritari di intervento prevederanno: potenziare le competenze dei lavoratori attraverso percorsi di *up-skilling* e *re-skilling*; rafforzare la cultura delle skill digitali e green nel tessuto imprenditoriale e nei percorsi di istruzione e formazione, a partire dalla filiera tecnico-professionale; promuovere l’orientamento alle carriere e alle professionalità emergenti (green jobs, digital jobs) attraverso strumenti informativi, laboratori esperienziali e percorsi finalizzati alla certificazione delle competenze – maturate nei contesti non formali – per supportare la riconversione dei processi aziendali, l’inserimento lavorativo e la competitività delle imprese. In questo contesto sarà, inoltre, cruciale prevedere un processo di **up-skilling del personale dei PID** (Digital Promoter, Digital Coordinator, Digital e Green Specialist) per favorire un’offerta di servizi sempre più qualificati e adeguati alla evoluzione del contesto di riferimento, anche attraverso percorsi di qualificazione delle competenze.



- 4) **Favorire la “sostenibilità aziendale” e un uso efficiente dell’energia nei sistemi produttivi.** In coerenza con quanto già attuato nelle precedenti annualità, con questo nuovo ciclo di programmazione si propone di rafforzare gli interventi a sostegno della sostenibilità (ambientale, sociale e di governance), con particolare attenzione all’adozione di politiche **ESG** e ad un efficiente utilizzo dell’energia, attraverso il ricorso alle **Comunità Energetiche Rinnovabili - CER**. Si procederà, come già fatto in precedenza, adottando strumenti e iniziative uniformi e facilmente replicabili su tutto il territorio nazionale capaci di garantire riconoscibilità e visibilità delle azioni svolte dal Sistema camerale, ma al contempo modulari perché capaci di rispondere a bisogni e tipologie di imprese differenti. Altra priorità di questa linea di attività sarà quella di **raccordare gli interventi** proposti dal Sistema camerale con quelli già in corso a livello centrale gestiti attraverso **il PNRR e gli altri strumenti di politica nazionale** al fine di evitare inutili duplicazioni e dispersione di risorse pubbliche.

3. LE LINEE STRATEGICHE DI AZIONE PER IL TRIENNIO 2026-2028

Per raggiungere gli obiettivi sopra esplicitati, le **Camere di commercio - attraverso la Rete dei PID** e anche con il contributo tecnico operativo e di competenze di Unioncamere e delle strutture nazionali di sistema - metteranno in campo una serie di azioni riconducibili a **n. 4 linee strategiche** per il triennio 2026-2028:

1. potenziare l’offerta di servizi dei PID attraverso l’attivazione di ecosistemi dell’innovazione digitale e green;
2. favorire un uso consapevole dell’Intelligenza Artificiale nelle imprese;
3. continuare a sviluppare i servizi per la Doppia Transizione;
4. favorire interventi in materia di sostenibilità.

3.1 Potenziare l’offerta di servizi dei PID attraverso l’attivazione di ecosistemi dell’innovazione digitale e green

FINALITA’ E OBIETTIVI OPERATIVI

Per potenziare l’offerta di servizi dei PID sarà fondamentale rafforzarne il valore e la rilevanza attraverso il consolidamento delle partnership avviate dalla **Rete dei PID con Enti di ricerca nazionali e con i principali attori del Network Transizione 5.0**. Sarà inoltre, fondamentale valorizzare la partecipazione attiva del Sistema camerale – a livello nazionale e territoriale – agli **EDIH- European Digital Innovation Hub** (in particolare I-Nest) e ai **Poli di Innovazione Digitale** - tra cui l’iniziativa PID-Next. Esse rappresentano, infatti, un’importante leva per lo sviluppo di reti di competenze trasversali in grado di sostenere concretamente la crescita digitale e sostenibile delle imprese.

LINEE DI INTERVENTO

Ecosistemi dell’innovazione digitale e green. Tale linea di intervento intende rafforzare il ruolo dei PID come **facilitatori** dell’ecosistema dell’innovazione, promuovendo il dialogo con i diversi stakeholder territoriali (Competence Center, Centri di ricerca, Digital Innovation Hub, ecc.) anche attraverso **momenti di networking e matchmaking**. In questo modo, i PID contribuiranno a costruire un ponte tra il mondo imprenditoriale e l’offerta tecnologica disponibile, favorendo l’accesso a soluzioni e competenze di alto valore aggiunto. In tale contesto un’attenzione particolare sarà riservata agli ambiti tecnologici più idonei a rispondere alle sfide della Doppia Transizione: tra queste, rivestono un ruolo strategico le soluzioni per l’efficientamento delle catene di fornitura (come le micro-supply chain), per la riduzione dei



consumi energetici e idrici (attraverso IoT, sensoristica, telerilevamento e robotica), per la sicurezza informatica e per l'automazione intelligente dei processi.

Collegamento tra Imprese e Ricerca pubblica. Nell'ambito di tale linea di intervento, saranno valorizzate le connessioni con il progetto **MIR - Matching tra Imprese e Ricerca pubblica**, finalizzato a mettere in collegamento i fabbisogni tecnologici espressi dalle MPMI con le competenze presenti presso Università, Enti di ricerca pubblici e altri soggetti qualificati. Sarà pertanto fondamentale continuare nelle azioni di individuazione e definizione delle filiere locali dell'innovazione, allo scopo di facilitare il match tra soggetti utilizzatori e fornitori di tecnologia, e la creazione di strumenti operativi di supporto ai PID (es. format di Accordo di collaborazione, Protocolli di intesa, risultati/output da tracciare/rendicontare, ecc.) per creare un contesto locale collaborativo e proficuo al trasferimento tecnologico nel quale i PID potranno svolgere appieno le funzioni di orientamento e di indirizzamento delle imprese, sempre con modalità il più possibile omogenee e confrontabili tra i diversi territori.

Collaborazione con le Start up. In questo triennio sarà fondamentale coinvolgere realtà sempre più innovative, in grado di colmare il divario tecnologico che ancora penalizza molte imprese italiane. In questa prospettiva, le **Start up Innovative** e le **PMI Innovative** potranno diventare partner privilegiati nei percorsi di orientamento e affiancamento promossi dai PID, anche in sinergia con le altre iniziative del Sistema camerale. A tal fine, potranno essere attivati **call for ideas** e *Proof Of Concept (PoC)* con l'obiettivo di stimolare la nascita di nuove iniziative imprenditoriali, favorire il trasferimento di competenze e promuovere processi di contaminazione virtuosa.

TARGET DI RIFERIMENTO

Sarà importante prevedere interventi differenziati per i diversi target, personalizzando i percorsi di assistenza delle imprese in base alla tipologia e alla dimensione. In particolare, per le **ditte individuali** saranno adottate soluzioni semplificate e maggiormente orientate alla pratica operativa, riservando alle **società di capitali** maggiormente strutturate interventi di matching con il mondo della ricerca (cfr. progetto MIR).

3.2 Favorire un uso consapevole dell'Intelligenza Artificiale nelle imprese

FINALITA' E OBIETTIVI OPERATIVI

Nel quadro delle attività di accompagnamento delle imprese sarà necessario avviare una **linea di azione specifica dedicata all'Intelligenza Artificiale (IA)** con l'obiettivo di supportare le MPMI nell'orientamento tra le molteplici applicazioni disponibili e nel riconoscimento delle soluzioni più adatte agli specifici bisogni.

Tale linea avrà l'obiettivo di stimolare un'adozione consapevole e strategica dell'Intelligenza Artificiale, favorendo l'integrazione di questa tecnologia nei processi aziendali in modo graduale e sostenibile. La formazione sarà inoltre orientata al rafforzamento delle competenze digitali e manageriali al fine di mettere le imprese in condizione di governare i cambiamenti in atto e cogliere le opportunità derivanti dall'Intelligenza Artificiale.

LINEE DI INTERVENTO

Attività di sensibilizzazione, informazione e formazione in materia di IA. Obiettivo della presente linea di intervento sarà quello di creare cultura e consapevolezza tra gli imprenditori e lavoratori sulle opportunità offerte dagli strumenti di Intelligenza Artificiale. Per raggiungere tale finalità si opererà abbinando ad azioni info-formative tradizionali (webinar, eventi, ecc.) iniziative di **formazione "partecipativa"** (es. **hackathon**, **creathon**, ecc.) su IA, anche valorizzando le collaborazioni con importanti player del mondo tecnologico avviate nelle



annualità precedenti. Saranno, inoltre previste iniziative di formazione - anche in collaborazione con i PID-Lab - per approfondire le implicazioni (di contesto, sociali, pratiche, ecc.) e per presentare *use case sulla IA* allo scopo di stimolare riflessioni e nuove idee sul suo utilizzo presso le imprese.

Servizi di orientamento mirato in materia di IA. Accanto ad attività di formazione, saranno previsti momenti di valutazione del livello di maturità digitale delle imprese, anche attraverso strumenti di autodiagnosi già in uso presso i PID, opportunamente aggiornati per includere le dimensioni legate all'IA. Ciò consentirà di calibrare meglio gli interventi e di proporre percorsi differenziati in base alla tipologia, alla dimensione e al settore di appartenenza delle imprese coinvolte. Saranno, inoltre, realizzate attività per favorire l'indirizzamento delle imprese verso soluzioni basate sull'IA congeniali alle specifiche esigenze. Tale obiettivo potrà essere raggiunto mettendo a punto un nuovo strumento di orientamento per le imprese ("**OrienterAI**") per consentire agli imprenditori di comprendere gli ambiti di utilizzo dell'Intelligenza Artificiale all'interno della propria impresa (o all'interno della propria funzione organizzativa) e i tool disponibili sul mercato più congeniali alle specifiche esigenze.

Accompagnamento one to one alle imprese in materia di IA. Saranno attivati **Sportelli di primo orientamento tecnologico**, con l'obiettivo di accompagnare le imprese nella comprensione delle soluzioni disponibili, distinguendo tra strumenti generativi, predittivi, di automazione dei processi o di supporto alle decisioni. Sarà, inoltre, realizzata un'**attività di matchmaking e collaborazione**, favorendo il collegamento tra imprese e fornitori qualificati di soluzioni di IA, Centri di Ricerca, Digital Innovation Hub ed European Digital Innovation Hub (EDIH), anche attraverso eventi B2B o vetrine tecnologiche.

In questo modo i PID potranno rafforzare il proprio ruolo di facilitatori dell'innovazione anche nell'ambito delle tecnologie emergenti, contribuendo a ridurre l'asimmetria informativa e ad aumentare la consapevolezza e la capacità decisionale delle imprese in merito all'adozione dell'Intelligenza Artificiale.

TARGET DI RIFERIMENTO

Gli interventi saranno **modulari e differenziati**, calibrati in base alla dimensione e al livello di competenze delle imprese, con particolare attenzione alle microimprese e alle ditte individuali, per le quali potranno essere proposte soluzioni semplificate e accessibili.

3.3 Contribuire a sviluppare i servizi per la Doppia Transizione

FINALITA' E OBIETTIVI OPERATIVI

Nel contesto di profonda trasformazione che le imprese stanno affrontando, assumono un ruolo sempre più centrale le competenze digitali, green e imprenditoriali, considerate leve strategiche per ripensare i sistemi produttivi in chiave sostenibile, inclusiva e resiliente. Tali competenze risultano fondamentali non solo per ridefinire i modelli di offerta e i processi aziendali, ma anche per riorganizzare le strutture interne in modo più efficiente, adattabile e orientato all'innovazione.

LINEE DI INTERVENTO

Informazione e formazione delle imprese sulla "Doppia transizione". Nel corso del prossimo triennio i PID possono continuare a svolgere un ruolo determinante nel percorso di informazione già avviato con successo negli anni precedenti, sia favorendo l'attivazione di percorsi formativi mirati sulla Doppia Transizione (Intelligenza Artificiale, cybersicurezza, soluzioni per la sostenibilità, ecc.), sia promuovendo il rilancio di strumenti innovativi di sensibilizzazione rivolti ai lavoratori, professionisti e studenti. Sarà necessario affiancare alle



tradizionali azioni formative (corsi, webinar, seminari, ecc.) modalità di fruizione più flessibili e personalizzate, in grado di rispondere alle mutate esigenze del tessuto economico e di favorire una partecipazione più ampia e inclusiva. In tale direzione, sarà rafforzata l'offerta formativa della piattaforma digitale di e-learning "**PID Academy**" e potenziata l'esperienza laboratoriale e dimostrativa dei "**PID-Lab**".

Servizi per la digitalizzazione delle imprese. Nel corso delle precedenti annualità sono stati progettati e messi a disposizione della Rete dei PID numerosi tool per sostenere i processi di transizione delle imprese (SELF I4.0, ZOOM 4.0, PID Cyber Check, PID Cyber Check PLUS, ecc.). Alla luce del rinnovato quadro di riferimento, nell'ambito della presente progettualità si procederà sia a potenziare e mantenere aggiornati gli strumenti già in uso presso la Rete dei PID, sia a favorire una loro piena integrazione con gli osservatori sulla Doppia Transizione ("Dashboard" e "PID-Osserva"), favorendo approcci *data driven*.

Percorsi di individuazione, validazione e certificazione delle competenze. Per colmare il divario tra la domanda di competenze espressa dalle imprese e l'offerta presente nei territori è necessario costruire una rete stabile di attori – Camere di commercio, imprese, scuole, ITS Academy, Enti di formazione ed Enti titolati a svolgere servizi di IVC (Individuazione Validazione e Certificazione) – in grado di generare **filieri formative integrate e coerenti con i fabbisogni reali del tessuto produttivo**. In questo scenario, le Camere di commercio assumono un ruolo chiave, sia come enti titolati alla certificazione delle competenze secondo il D. Lgs. 13/2013 e il DM 115/2024, sia come snodi di connessione tra sistema educativo, mondo del lavoro e politiche attive. L'obiettivo generale di questa linea d'intervento sarà duplice: da un lato, facilitare l'inserimento e la mobilità delle persone nel mercato del lavoro, attraverso il riconoscimento delle competenze acquisite in contesti non formali (i project work, le esperienze professionali o di tirocinio); dall'altro, rafforzare la capacità dei territori di anticipare l'evoluzione delle competenze richieste nei settori della transizione digitale e green, contribuendo così alla competitività delle imprese. Si prevederà di mettere in campo una serie di azioni coordinate e complementari che potranno riguardare:

- la **definizione di profili di competenza** prioritari, coerenti con le richieste delle imprese e in linea con i repertori nazionali e regionali, anche attraverso il confronto con l'Atlante del Lavoro e delle Qualificazioni;
- l'**attivazione di laboratori esperienziali e project work**, realizzati anche in collaborazione con la filiera formativa, orientati all'apprendimento sul campo e allo sviluppo di competenze (a partire da quelle digitali e green);
- la realizzazione di **percorsi di certificazione** capaci di assicurare trasparenza, tracciabilità e spendibilità delle competenze nel mercato del lavoro nazionale ed europeo (Digital Badge).

Le azioni sopra riportate intendono contribuire in modo strutturale a **ridurre il mismatch tra formazione e lavoro, creando valore per i territori e rafforzando il ruolo delle Camere di commercio** come attori centrali dell'ecosistema della Doppia Transizione.

Potenziamento delle competenze del personale dei PID. Per continuare a supportare le MPMI italiane e affiancarle nell'affrontare appieno le sfide della Doppia Transizione è fondamentale che i PID continuino a disporre di risorse professionali (Digital Promoter, Digital Specialist, Digital Coordinator e Green Specialist) aggiornate e formate. Per perseguire questo obiettivo, saranno realizzate attività di formazione (in presenza e a distanza) e momenti di team building ("**PID Study Tour**") al fine di potenziare sempre più le relazioni all'interno della Rete e la condivisione di buone pratiche, rafforzando il senso di appartenenza alla "community" dei PID. Nel triennio si prevede, inoltre, la progettazione e la realizzazione di corsi di formazione verticali, su tematiche quali la **CyberSecurity**, l'**AI** e la **sostenibilità**, per specializzare ulteriormente il personale dei PID nei percorsi di assistenza delle imprese.



TARGET DI RIFERIMENTO

In questa linea di attività sarà necessario prevedere percorsi differenziati per i diversi target di imprese di riferimento. In particolare, saranno previsti percorsi di formazione e modalità di erogazione semplificate per **le microimprese e le ditte individuali**, con contenuti pratici, concreti e facilmente applicabili, mentre alle **imprese più strutturate** saranno proposti moduli di approfondimento e casi d'uso avanzati.

3.4 Favorire interventi in materia di sostenibilità

FINALITA' E OBIETTIVI OPERATIVI

L'obiettivo strategico di questa linea di azione sarà quello di **potenziare e diversificare l'offerta di servizi legati alla sostenibilità aziendale e ai temi ESG (ambientali, sociali e di governance)** con un approccio modulare e personalizzato capace di rispondere alle esigenze differenziate delle imprese, siano esse ditte individuali che micro, piccole e medie imprese. L'intento è quello di tradurre le politiche e le priorità europee e internazionali in strumenti concreti e operativi, favorendo una transizione sostenibile e "digitalmente supportata". Si procederà, inoltre, con interventi per favorire il ricorso alle FER (Fonti Energetiche Rinnovabili), attraverso iniziative di efficienza energetica e di condivisione dell'energia mediante la partecipazione alle **CER -Comunità Energetiche Rinnovabili**.

LINEE DI INTERVENTO

Servizi per la sostenibilità aziendale. Per accompagnare le imprese nei processi di transizione sostenibile, nel corso del prossimo triennio si continuerà a diffondere e potenziare **SUSTAINability**, il servizio di self-assessment ESG già utilizzato da oltre 6.000 imprese. Al self-assessment, saranno affiancate **azioni info-formative** finalizzate a contribuire all'innalzamento delle competenze di imprese e lavoratori in materia di sostenibilità. Particolare attenzione sarà posta all'approfondimento delle novità normative ed alle priorità strategiche dettate dalla Commissione UE e dagli organismi internazionali di riferimento sul tema (es. EFRAG, GRI); infine, e sempre in continuità alle azioni già messe in campo nel precedente triennio, si continuerà con azioni di accompagnamento customizzate sulle singole imprese - da realizzarsi tramite **incontri one to one, desk tematici, laboratori ESG, assesement sul campo** - utili a supportare concretamente le imprese nel miglioramento delle performance di sostenibilità ambientale, sociale e di governance, in una chiave favorevole allo sviluppo inclusivo del territorio.

Interventi in materia di efficienza energetica e CER. In questo ambito l'obiettivo sarà realizzare attività per migliorare l'efficienza energetica, ridurre le emissioni e gli impatti ambientali, promuovere la partecipazione delle imprese e della comunità locale alle CER. Particolare attenzione sarà rivolta ad interventi capaci di coniugare azioni in materia energetica con l'uso di **piattaforme e tecnologie digitali** innovative basate anche sull'Intelligenza Artificiale e i big data per facilitare la raccolta, lo scambio e l'analisi tra i diversi territori. Saranno inoltre potenziati accordi e collaborazioni con **Enti di Ricerca e Autorità nazionali** (es. ENEA, CNR) che possono proporre soluzioni tecnologiche innovative green, in stretto collegamento alle attività realizzate nell'ambito della Linea Strategica n° 2 "Potenziare l'offerta dei servizi PID attraverso l'attivazione di ecosistemi dell'innovazione digitale e green" (cfr. § 3.2).

Servizi per la rendicontazione e certificazione delle performance di sostenibilità aziendale. Alle attività consolidate sopra descritte andranno poi ad innestarsi **nuovi ed ulteriori servizi** che, coerentemente a quanto già realizzato, potranno ampliare il percorso di



accompagnamento alle imprese sul tema, in un'ottica di diversificazione e specializzazione sulla base delle dimensioni aziendali e delle specifiche esigenze.

In particolare, si prevede di sviluppare nuovi servizi che potranno riguardare:

- **Supporto alle imprese nella rendicontazione di sostenibilità:** la finalità è quella di guidare tutte le imprese, anche quelle di piccole dimensioni, ad allinearsi agli **standard europei di reporting** (in particolare ai VSME dell'EFRAG) migliorando trasparenza e capacità di dialogo con stakeholder pubblici e privati. Per realizzare questo obiettivo si prediligerà l'adozione di **strumenti e piattaforme digitali** che possano garantire l'acquisizione e il confronto di dati omogenei tra i diversi territori, anche al fine di predisporre analisi e studi sui trend di rendicontazione ESG in ambito volontario.
- **Assistenza verso la certificazione della sostenibilità:** grazie alla collaborazione con Enti di certificazione terzi indipendenti, si potranno attivare nuovi servizi per **verificare e validare le informazioni** fornite dalle imprese attraverso i tool proposti dalle Camere di commercio (es. report SUSTAINability), rafforzandone la credibilità nella *supply chain* e migliorando il dialogo con gli stakeholder. Questo processo mira a migliorare la qualità del profilo informativo dell'impresa, facilitandone la valutazione all'interno dei **sistemi di rating ESG**, sempre più adottati da Enti pubblici e privati per misurare l'affidabilità complessiva delle organizzazioni. Inoltre, la presenza di informazioni di sostenibilità asseverate aiuterà a rendere le **imprese più trasparenti**, rafforzandone la coerenza rispetto alla normativa comunitaria (es. contrasto al greenwashing) e contribuendo a tutelarle da potenziali rischi reputazionali o sanzionatori.

TARGET DI RIFERIMENTO

Le **microimprese e le ditte individuali** potranno contare su percorsi semplificati e operativi, basati su strumenti agili e accompagnamenti di primo livello in grado di "avvicinarle" ai temi della sostenibilità e ai criteri ESG; **per le imprese più strutturate, o che hanno un maggiore presidio di queste tematiche, saranno attivati servizi più avanzati e specialistici** che possono includere, ad esempio, il supporto al reporting di sostenibilità, l'adozione di tecnologie innovative/digitali per il miglioramento dell'efficienza energetica, ecc.. In questo modo, le Camere di commercio si propongono di offrire un supporto su misura, capace di intercettare bisogni diversi e favorire una reale diffusione dei principi ESG nel tessuto produttivo italiano.

4. ATTIVITA' TRASVERSALI

Il progetto dovrà assicurare:

- a) l'utilizzo del **CRM** - nell'ambito delle attività di monitoraggio e valutazione dell'impatto dei progetti finanziati dalla maggiorazione del 20% del Diritto Annuale ogni Camera utilizzi il proprio CRM sia per tracciare le iniziative che per gestire le campagne di comunicazione pre e post erogazione nei confronti delle imprese. L'obiettivo è utilizzare il CRM per:
 - creare e gestire campagne mirate per la promozione dei progetti;
 - organizzare e promuovere corsi di formazione, eventi e servizi di consulenza, segnalando all'interno della piattaforma che l'iniziativa rientra tra quelle finanziate dalla maggiorazione del 20% del diritto annuale;
 - monitorare le imprese che hanno richiesto e usufruito di voucher dedicati al progetto, grazie all'integrazione tra il CRM e la piattaforma AGEF;
 - raccogliere informazioni dalle imprese in merito all'impatto di questi progetti attivando canali di raccolta di feedback ad hoc e valorizzando i dati delle attività di rendicontazione previste per i voucher



- b) **la qualificazione delle competenze delle imprese e, ove opportuno, del personale camerale coinvolto** nella realizzazione delle attività, al fine di trasferire tutte le conoscenze e competenze tecniche per erogare i nuovi servizi attivati nel triennio. Tali azioni potranno includere: percorsi formativi, iniziative di orientamento e supporto al placement, utilizzo di strumenti digitali, rilascio di attestazioni e certificazioni (anche nella forma di digital badge), collaborazioni con le Università e gli ITS operanti nel settore.
- c) l'uso delle **nuove tecnologie**, sia come supporto operativo alla gestione delle attività progettuali, sia come leva per promuoverne l'adozione da parte delle imprese beneficiarie.
- d) un piano di **comunicazione** che garantisca visibilità e trasparenza alle attività progettuali, in coordinamento con i piani di comunicazione predisposti a livello nazionale, al fine di rafforzarne la diffusione e la riconoscibilità presso le imprese.

5. RISULTATI ATTESI

Linea Strategica n. 1 “Potenziare l’offerta di servizi dei PID attraverso l’attivazione di ecosistemi dell’innovazione digitale e green”

- Potenziamento e aggiornamento del progetto MIR – Matching Impresa Ricerca.
- Realizzazione di momenti di networking e matchmaking tra imprese e Enti di Ricerca (sia plenari che individuali) finalizzati a favorire l’incontro tra domanda e offerta tecnologica innovativa.
- Creazione di strumenti operativi di supporto ai PID per attivare collaborazioni e partnership capaci di garantire (laddove possibile) approcci coordinati e uniformi tra i diversi territori.
- Realizzazione di attività specifiche (quali es. *Call for ideas, Proof Of Concept - PoC*) per favorire l’ingaggio di Start up e PMI innovative con le quali attivare collaborazioni.
- Potenziamento (oltre che mantenimento) della partecipazione dei PID agli EDIH e ai Poli di Innovazione Digitale.

Linea Strategica n. 2 “Favorire un uso consapevole dell’Intelligenza Artificiale nelle imprese”

- Realizzazione di uno strumento pensato per orientare le imprese in soluzioni di IA più congeniali alle specifiche necessità.
- Realizzazione di momenti formativi (webinar, seminari, ecc.) e di eventi “partecipativi” di avvicinamento al tema della IA (ad esempio: hackathon, creathon, ecc.) e/o di matchmaking (ad esempio: eventi B2B o vetrine tecnologiche).
- Attivazione di Sportelli di primo orientamento tecnologico e assistenza *one to one*.
- Realizzazione di attività di matchmaking (es. B2B, vetrine tecnologiche) con Enti qualificati.

Linea strategica n. 3 “Contribuire a sviluppare i servizi per la Doppia Transizione”

- Messa a disposizione di corsi asincroni disponibili all’interno della piattaforma “PID Academy” per la personalizzazione di percorsi di formazione per le imprese.
- Progettazione e realizzazione di momenti info-formativi da remoto e in presenza sui temi della Doppia Transizione.
- Potenziamento e aggiornamento dei tool di assessment in dotazione alla Rete dei PID.
- Progettazione e realizzazione di percorsi di certificazione delle competenze dei lavoratori (o potenziali lavoratori) sui temi della Doppia Transizione.



- Formazione sui temi del digitale, dell'innovazione e della sostenibilità a favore dei Digital Promoter, Digital Specialist, Digital Coordinator e Green Specialist dei PID attraverso webinar dedicati.
- Supporto alla creazione di comunità di pratica interne alla Rete dei PID anche attraverso momenti in presenza di team building e networking (es. "PID Study Tour").

Linea Strategica n. 4 "Favorire interventi in materia di sostenibilità"

- Mantenimento e potenziamento degli strumenti di assessment pensati per il supporto alle MPMI (ESG, SUSTAINability).
- Supporto alle imprese – comprese quelle di piccole dimensioni - ad allinearsi agli standard europei di reporting ESG.
- Creazione e adozione di sistemi di reporting semplificati e di certificazione sui temi della sostenibilità per le MPMI.
- Realizzazione di momenti info-formativi (in presenza o da remoto) per sensibilizzare le imprese sui temi legati a cicli produttivi sostenibili (es. riduzione impatti, efficientamento energetico, idrico, circolarità).
- Realizzazione di iniziative (es. seminari, tavoli tecnici, ecc.) e di materiali informativi per favorire la diffusione delle CER - Comunità Energetici Rinnovabili tra imprese e comunità locali.
- Attivazione e/o potenziamento di accordi di collaborazione con Enti pubblici e di Ricerca nazionali o locali che operano sui temi della sostenibilità e dell'efficientamento energetico.

6. BUDGET

Sono rendicontabili:

- i costi di **funzionamento** e del **personale** della CCIAA in una percentuale non superiore al **15%**;
- i costi esterni **funzionali alla realizzazione del progetto**, relativi a:
 - formazione del personale
 - servizi di assistenza tecnica
 - collaborazioni esterne
 - attività di comunicazione
 - piattaforme informatiche
 - banche dati e strumenti di analisi
 - attrezzature e software
 - acquisizione di competenze specialistiche (es. sostenibilità ambientale, tecnologie) finalizzate al supporto diretto alle imprese
- i costi destinati a **voucher/contributi** alle imprese, da erogare secondo le modalità e i limiti previsti nei singoli bandi



Progetti 20% - Triennio 2026-2028

TURISMO

Relazione illustrativa



A) IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

La Puglia, nell'ultimo anno, ha registrato un aumento di presenze che la posizionano all'ottavo posto nella top ten Istat delle regioni italiane, con una domanda internazionale in linea con quella italiana.

Con 5,9 milioni di arrivi e oltre 20,5 milioni di presenze nel corso del 2024, il comparto turistico regionale ha fatto registrare un incremento rispettivamente del 10,6% e del 8,5% rispetto al 2023. Nella sola provincia di Bari gli arrivi hanno raggiunto il valore di quasi 1,95 milioni e presenze pari a 4,493 milioni. Mentre nella BAT gli arrivi sono stati circa 211 mila e le presenze 504 mila. Il turismo internazionale ha registrato nella regione un aumento del 22,6% negli arrivi e del 20,5% nelle presenze rispetto all'anno precedente¹.

Anche nel 1^o quadrimestre 2025, è confermata la tendenza positiva registrata negli ultimi anni: si osservano variazioni pari al +13,5% negli arrivi e +16,2% nelle presenze, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. In questo scenario Bari, insieme a Lecce, registrerebbe la performance più significativa.

Facendo un identikit del turista in Puglia, si osserva che appartiene per il 34,5% alla generazione Y, – i cosiddetti Millennial (per Bari la percentuale si attesta al 31,8%), per il 29,5% ha un alto livello di istruzione, pari alla laurea, per il 20% dichiara di avere una situazione economica media e medio-alta, per il 42,6% sono turisti che viaggiano in coppia.

Dal lato dell'offerta turistica, sono quasi 33,5 mila le imprese turistiche attive in Puglia, secondo elaborazioni Isnart su dati Infocamere², che rappresentano il 10,1% del totale imprese con una variazione in aumento del 1,8% rispetto allo stesso periodo del 2023. Più del 36% di queste imprese sono localizzate nel territorio di competenza della CCIAA di Bari. Anche gli addetti al turismo sono cresciuti, rispetto allo stesso periodo di riferimento – III trimestre 2023 –, del 5,3% raggiungendo un valore di quasi 160 mila unità.

Secondo stime recenti il comparto turistico contribuisce per il 14,8% al valore aggiunto regionale generando un volume economico complessivo superiore a 12,6 miliardi di euro³.

Nonostante questo scenario molto incoraggiante, il comparto turistico segnala ancora difficoltà che aumentano le complessità di gestione delle imprese. Tra le maggiori preoccupazioni delle strutture ricettive vi sono l'aumento dei costi e la difficoltà a reperire figure professionali adeguate, in particolare rispetto a professionalità particolarmente ambite nel campo della riorganizzazione aziendale in termini di digitalizzazione gestionale e riqualificazione dell'offerta nell'ottica di una maggiore sostenibilità ambientale e sociale. Da una indagine condotta dall'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, le competenze richieste dalle imprese turistiche italiane e ritenute essenziali riguardano il "green" per il 42,5% per promuovere l'adozione di attività e prodotti rispettosi dell'ambiente; il "digital" per il 32,6% per l'utilizzo di software per lo sviluppo turistico delle destinazioni e "sociali" per il 39,2% per valorizzare e coinvolgere le comunità e l'economia locali.

Il turismo si rileva, dunque, anche di fronte ai grandi cambiamenti tecnologici come l'utilizzo di strumenti di intelligenza artificiale, un settore che presenta ancora delle fragilità e che ha bisogno di interventi di sistema e di una strategia di riposizionamento affinché il comparto

1 Rapporto Economia turistica Osservatorio del Turismo PugliaPromozione, "Il valore socioeconomico del Turismo in Puglia nel 2025"

2 Dati relativi al III trim. 2024 Stendhal.isnart.it

3 Rapporto Economia turistica Osservatorio del Turismo PugliaPromozione, "Il valore socio economico del Turismo in Puglia nel 2025"



cominci a costituire, come potrebbe essere, uno dei principali motori di sviluppo dell'economia del Paese.



B) GLI OBIETTIVI

Con questo nuovo triennio di progetti finanziati con l'aumento del diritto annuale si intende realizzare una programmazione di sistema, capace di affrontare le fragilità e la complessità del settore turistico. Occorre, dunque, investire in quelle che si definiscono le "nuove" dimensioni dell'ospitalità. Un'ospitalità, cioè, capace di rispondere a domande emergenti che provengono dai turisti a livello nazionale e internazionale sempre più alla ricerca di strutture che offrano servizi di qualità, di vacanze all'insegna della sostenibilità, attenti al tema dell'accessibilità per tutti, alla varietà (e integrazione) dell'offerta turistica, alla possibilità di accedere a servizi efficienti. Questo porta l'attenzione su alcune priorità: l'ospitalità delle nostre destinazioni turistiche e la qualità della filiera.

A tale scopo, si definiscono le seguenti 4 priorità strategiche che ricalcano il piano triennale del sistema camerale. Sono linee progettuali che, partendo dalla definizione di programmi di sviluppo del settore, puntano a valorizzare l'attrattività dei territori, attraverso la consueta attività di promozione delle iniziative locali e, soprattutto, attraverso lo strumento delle **destinazioni turistiche** e degli attrattori culturali, a partire dai territori che sono accomunati dalla presenza dei siti Unesco meno noti, proseguendo nel percorso di sviluppo delle forme di aggregazione in "rete" e nel sostegno alla competitività delle imprese rafforzando la **qualità dell'offerta turistica**.

Concentrare gli interventi in specifiche linee progettuali consente di dare maggiore uniformità e riconoscibilità alle azioni svolte.

Pertanto, le 4 linee di azione per la promozione del turismo e la valorizzazione del patrimonio culturale sono individuate in:

1. Promuovere l'attrattività turistica;
2. Programmare lo sviluppo turistico e culturale;
3. Potenziare la qualità della filiera turistica;
4. Dare continuità alle progettualità e alle iniziative di valorizzazione dei territori.

c) LE LINEE STRATEGICHE DI AZIONE PER IL TRIENNIO 2026-2028

Il progetto 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/e progettuale/i su cui concentrare, anche con il contributo tecnico operativo e di competenze di Unioncamere e delle strutture nazionali di sistema, le relative azioni, obiettivi e output progettuali.

Di seguito una breve descrizione delle linee proposte.

1. Promuovere l'attrattività turistica: durante la programmazione 2026/2028 si intende mettere in atto azioni funzionali alla valorizzazione delle destinazioni turistiche e degli attrattori culturali con l'obiettivo di colmare la distanza tra le destinazioni stesse e il mercato, grazie ad una progettazione strategica orientata a rispondere in maniera fattiva e innovativa alle macro-tendenze del mercato turistico, tenendo conto delle competenze proprie delle Camere di commercio.

La Camera di Commercio di Bari già da diversi anni è impegnata a promuovere nuove destinazioni, in particolare a valorizzare quei territori su cui insistono Siti Unesco meno noti, Castel del Monte e Alberobello - attraverso il Progetto speciale Mirabilia - per sviluppare reti di connessione tra le imprese e le economie di questi territori, partecipando alla realizzazione di eventi BtoB, iniziative di formazione per gli operatori e di qualificazione dei territori, per aumentare la promozione e la riconoscibilità di tali destinazioni presso il grande pubblico. Nell'ambito del Progetto Mirabilia, le attività sono strutturate su 4 macro-ambiti che



riguardano la realizzazione della Borsa del Turismo e Food&Drink, le analisi sull'attrattività e il posizionamento dei Siti Unesco, la promozione e valorizzazione delle destinazioni turistiche dei Siti Unesco e le attività di Mirabilia Europe.

La Camera di Commercio di Bari, inoltre, in collaborazione con altri Enti locali – Comune di Bari e Città Metropolitana di Bari – intende svolgere un ruolo attivo nella programmazione di interventi volti a valorizzare le destinazioni attraverso la partecipazione alla creazione di una DMO Destination Management Organization per la promozione del sistema Terra di Bari Guest Card.

Nello sviluppo delle diverse azioni la Camera di Commercio di Bari potrà far riferimento a diversi strumenti, quali la piattaforma Stendhal, sviluppata nell'ambito dei progetti a valere sul fondo perequativo per effettuare una attenta analisi delle attrattività territoriali e delle caratteristiche delle destinazioni, anche in relazione ad altri territori che presentano caratteristiche simili.

L'utilizzo di **nuove tecnologie** consente inoltre di effettuare una progettazione turistica utile per approfondire o – eventualmente - modificare destinazioni turistiche già collaudate o proporre di nuove. In questo modo la Camera si troverebbe a svolgere un ruolo proattivo all'interno dei processi che guidano lo sviluppo turistico e territoriale: effettuare diagnosi, misurare tendenze, tracciare proiezioni sui diversi fenomeni che interessano una località turistica e comparare le performance di destinazioni turistiche assimilabili, con l'obiettivo di sostenere e migliorare le decisioni e le politiche camerali a supporto del turismo.

Inoltre, l'analisi non può non affrontare in maniera sistematica tematiche come la sostenibilità e il posizionamento dei prodotti turistici come quello culturale, enogastronomico, naturalistico, balneare, sportivo, religioso. In questo modo si approfondirà lo studio dei territori, valutando l'impatto ambientale, sociale ed economico dei fenomeni turistici comprendendo lo stato dell'arte di un prodotto turistico in un determinato territorio, ovvero il suo livello di maturità, per facilitarne il processo di sviluppo/rivitalizzazione.

Sempre in coordinamento con il programma del fondo perequativo, proseguiranno le azioni per la creazione di circuiti turistici (itinerari, cammini, eventi, imprese, etc.) che possono costituire la base per nuove iniziative pluriennali di valorizzazione dei territori, da mettere anche a disposizione delle DMO e delle imprese interessate a partecipare alla gestione e all'animazione dei circuiti turistici. In particolare, per la programmazione 2026/2028 la Camera di Commercio di Bari, anche a seguito dell'approvazione della L.R. n. 9/2025 in materia di Oleoturismo, intende realizzare iniziative di promozione di circuiti oleoturistici nell'ambito del territorio di competenza camerale sviluppando azioni che valorizzino i territori, le imprese e la cultura e le tradizioni locali.

Per la realizzazione di tali progettualità, la Camera può fare riferimento anche allo strumento dei voucher, da destinare alle imprese che si occupano della gestione e dell'animazione dei circuiti attraverso bandi mirati ad accrescere le loro potenzialità e competenze.

- 2. Programmare lo sviluppo turistico**, attraverso l'utilizzo di dati e sulla loro analisi si intende predisporre un Programma integrato per il turismo e il patrimonio culturale: un primo strumento programmatico per definire le azioni prioritarie, le risorse e le alleanze necessarie per valorizzare il territorio con le relative specificità: dai siti Unesco ai grandi percorsi turistici, ai diversi tematismi in cui si declinano le destinazioni turistiche. Uno strumento che potrebbe evolvere in un documento complesso ed organico utile all'Ente per avere una visione più articolata del ruolo che può rivestire nello sviluppo dell'economia locale.
- 3. Potenziare la qualità della filiera turistica**, anche intesa in maniera allargata (includendo le imprese del mondo della produzione alimentare e artigianale, che offrono servizi ed esperienze turisticamente interessanti) rafforzando le capacità professionali che operano nelle imprese, valorizzandole attraverso la certificazione delle competenze, e intervenendo per migliorare gli strumenti per l'organizzazione d'impresa.



Sono, questi, elementi sempre più percepiti come essenziali per intraprendere traiettorie di sviluppo sostenibile. E questo è ancor più vero quando si parla di agire sullo sviluppo di settori economici “a forte componente umana” qual è il turismo. Parimenti, occorre agire sulla sostenibilità (risparmio energetico), l’accessibilità (che può essere fisica e/o culturale) e la qualità dell’ospitalità e dell’esperienzialità turistica attraverso specifici percorsi di assessment, anche valorizzando il quality dell’Ospitalità italiana, e di assistenza per le imprese.

Si tratta di realizzare dei percorsi pluriennali che assistano le imprese nell’innovazione degli strumenti di organizzazione aziendale (digitale, comunicazione, marketing ma anche piani organizzativi per l’efficientamento energetico e l’individuazione di soluzioni per migliorare l’accessibilità), segmentandole sia per settore di appartenenza, sia per livello di maturità competitiva. Sono percorsi che devono individuare strumenti innovativi e valorizzati attraverso l’IA, per la gestione e l’organizzazione di impresa, verso i quali vanno finalizzati gli interventi di capacity building.

Questa linea prioritaria di intervento è strettamente collegata a quella precedente. Difatti, lo sviluppo in chiave turistica di un territorio passa necessariamente attraverso l’efficientamento dei processi di gestione e di governance delle singole realtà imprenditoriali e dell’intera filiera. Altro driver fondamentale è costituito dalla certificazione delle competenze delle imprese.

La presente linea di intervento sarà, perciò, anche finalizzata a favorire l’integrazione dei percorsi formativi, realizzati nel Fondo perequativo, con processi strutturati di individuazione, validazione e certificazione delle competenze acquisite, al fine di rafforzare il valore professionale dei lavoratori e sviluppare modelli replicabili, in linea con le esperienze fino ad oggi maturate nell’ambito scolastico e con le previsioni del DM 115/2024, valorizzando il ruolo delle Camere come Enti titolati. In tale prospettiva, particolare attenzione sarà dedicata all’orientamento, alla formazione e alla certificazione delle competenze degli studenti, in sinergia con i percorsi per le competenze trasversali e l’orientamento (PCTO) e con attività di tipo laboratoriale/esperienziale (nella logica dei project work). L’obiettivo è contribuire a costruire una filiera formativa integrata con il mondo produttivo, capace di anticipare i fabbisogni delle imprese nei settori della transizione digitale e green. La crescente richiesta di figure professionali in possesso di competenze tecniche, digitali e green, infatti, rappresenta una sfida cruciale per la competitività delle imprese e impone un rafforzamento del dialogo tra sistema educativo e sistema economico.

4. Dare continuità alle progettualità e alle iniziative di valorizzazione dei territori,

realizzate anche in raccordo con le Regioni, i Comuni e altri 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 e con gli altri soggetti – pubblici e associativi – competenti in materia di turismo. In questo ambito la Camera di Commercio di Bari intende proseguire a sostenere la valorizzazione di iniziative in ambito locale volte alla destagionalizzazione e delocalizzazione per contenere gli effetti dell’overtourism.

In qualità di Camera capoluogo di regione la Camera di Commercio di Bari sarà impegnata a svolgere un ruolo di TDH Point – Tourism Digital Hub, ossia un punto di veicolo territoriale dei servizi presenti sulla piattaforma TDH a beneficio delle imprese e di ascolto delle loro esigenze.

D) ATTIVITÀ TRASVERSALI

Il progetto assicurerà



a) l'utilizzo del CRM nell'ambito delle attività di monitoraggio e valutazione dell'impatto dei diversi interventi al fine di

- creare e gestire campagne mirate per la promozione dei progetti;
- organizzare e promuovere corsi di formazione, eventi e servizi di consulenza,
- monitorare le imprese che hanno richiesto e usufruito di voucher
- raccogliere informazioni dalle imprese in merito all'impatto di questi progetti attivando canali di raccolta di feedback ad hoc e valorizzando i dati delle attività di rendicontazione previste per i voucher

b) la **qualificazione delle competenze delle imprese** e, ove opportuno, **del personale camerale** coinvolto nella realizzazione delle attività, al fine di trasferire tutte le conoscenze e competenze tecniche per erogare i nuovi servizi attivati nel triennio. Tali azioni potranno includere: percorsi formativi, iniziative di orientamento e supporto al placement, utilizzo di strumenti digitali, rilascio di attestazioni e certificazioni, collaborazioni con le Università e gli ITS operanti nel settore.

c) **L'uso delle nuove tecnologie**, sia come supporto operativo alla gestione delle attività progettuali, sia come leva per promuoverne l'adozione da parte delle imprese beneficiarie.

d) **Un piano di comunicazione** che garantisca visibilità e trasparenza alle attività progettuali, in coordinamento con i piani di comunicazione predisposti a livello nazionale, al fine di rafforzarne la diffusione e la riconoscibilità presso le imprese.

e) **RISULTATI ATTESI**

Con i progetti del prossimo triennio, realizzati attraverso l'aumento del diritto annuale, la Camera di Commercio di Bari intende dotarsi di strumenti programmatici che definiscano gli interventi. Intende proseguire il lavoro intrapreso per promuovere le attrattività territoriali attraverso il supporto alle iniziative locali ma deve, altresì, iniziare a ragionare sulle nuove dimensioni dell'ospitalità. Questo vuol dire lavorare sulle destinazioni e i prodotti turistici e contribuire alla qualificazione dell'offerta turistica, coinvolgendo le imprese nelle iniziative di assistenza affinché siano consapevoli della necessità del cambiamento per essere in grado di rispondere alle modificate esigenze espresse dalla domanda. Questo vuol dire continuare ad essere vicino e a supporto delle imprese nel loro percorso verso la qualità, intesa in senso ampio. Partendo quindi dalla sostenibilità e transizione ecologica, digitalizzazione, accessibilità che per il turismo va declinata nella creazione di quelle condizioni che favoriscano la fruizione turistica per tutti (ovvero senza distinzioni di età e stato di salute); che rendano possibile ai visitatori di comprendere la varietà del patrimonio visitato (permeabilità culturale), consentendo la valorizzazione delle aree interne del Paese ed il riequilibrio dei fenomeni di cosiddetto "overtourism".

Il primo output di progetto è rappresentato dal Programma integrato per il turismo e il patrimonio culturale che racchiude le ulteriori attività e i relativi risultati del progetto. Le iniziative di valorizzazione dei territori e il loro impatto sull'economia locale, gli interventi sulle destinazioni turistiche e gli attrattori culturali, le azioni messe in atto per potenziare la qualità della filiera turistica.

f) **BUDGET**

Sono rendicontabili:



- i costi di **funzionamento** e del **personale** della CCIAA in una percentuale non superiore al **15%**;
- i costi esterni **funzionali alla realizzazione del progetto**, relativi a:
 - formazione del personale
 - servizi di assistenza tecnica
 - collaborazioni esterne
 - attività di comunicazione
 - piattaforme informatiche
 - banche dati e strumenti di analisi
 - attrezzature e software
- i costi destinati a voucher/contributi alle imprese



Progetti 20% - Triennio 2026-2028

INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE

Relazione illustrativa



1. IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

L'export costituisce un fondamentale motore di sviluppo e di crescita economica per il sistema produttivo italiano. Le esportazioni non solo rappresentano un'importante voce del PIL nazionale, ma agiscono anche come volano per l'innovazione, la qualità e la competitività delle imprese, in particolare delle Micro, Piccole e Medie Imprese (MPMI), che costituiscono l'ossatura del tessuto imprenditoriale italiano. Nel 2024, l'export italiano ha raggiunto un valore record di **623,5 miliardi di euro**, confermando la solidità del Made in Italy nei mercati globali e l'importanza dell'export per l'economia nazionale. Tuttavia, il contesto economico internazionale è oggi caratterizzato da crescente incertezza, con un indice di incertezza politico-economico ai massimi storici¹. Fattori come l'instabilità geopolitica, l'emergere di nuovi conflitti su scala globale, i mutamenti delle politiche commerciali internazionali e l'adozione diffusa di misure protezionistiche, impongono alle imprese di operare scelte rapide, coerenti e lungimiranti per rivedere il proprio business model e posizionarsi in modo solido nei mercati esteri.

In questo scenario complesso e in continuo mutamento, **il sistema camerale italiano gioca un ruolo strategico**. Grazie alla propria rete capillare distribuita su tutto il territorio nazionale, le Camere di commercio si pongono come soggetto istituzionale in grado di accompagnare concretamente e con successo le imprese nei percorsi di internazionalizzazione. A riguardo è stato peraltro rilevato che le Camere di Commercio sono percepite dalle aziende quale primo soggetto di riferimento per i servizi di supporto e accompagnamento all'estero, restituendo un alto gradimento e un'immagine positiva dell'ente.

L'obiettivo è contribuire in modo strutturato all'**incremento del numero delle imprese esportatrici** – oggi circa 120.000 – favorendo in particolare l'accesso ai mercati internazionali delle MPMI, che spesso non dispongono di risorse, competenze o strutture adeguate per affrontare compiutamente questa sfida. Come testimoniato da diverse indagini, le imprese che esportano di più risultano anche più produttive e crescono più rapidamente.

L'attività di accompagnamento all'export viene condotta dal sistema camerale attraverso una **rinnovata alleanza strategica con tutti gli attori del Sistema Italia** per l'internazionalizzazione: Ministeri competenti, Regioni, Rete diplomatico-consolare, ICE Agenzia, CDP, Sace, Simest, Associazioni di categoria.

In questo contesto si inserisce anche il **Progetto SEI - Sostegno all'Export dell'Italia**, realizzato con il supporto dell'Agenzia per l'internazionalizzazione del sistema camerale Promos Italia e in collaborazione con la rete estera camerale, che ha già coinvolto circa **11.000 imprese**. Esso rappresenta la metodologia del sistema camerale per approcciare i mercati internazionali, con percorsi differenziati a seconda del grado di maturità e di propensione all'export, modelli di sviluppo e analisi settoriali rivolte alle imprese ed erogate anche tramite la piattaforma www.sostegnoexport.it

E' necessario investire ulteriormente nella riprogettazione dei modelli di business delle imprese, favorendo un approccio maggiormente strategico ai mercati internazionali: dall'individuazione dell'idea alla messa in pratica della soluzione con azioni di business design applicate non solo allo sviluppo di prodotti e servizi, ma più in generale alla progettazione dei modelli di business.

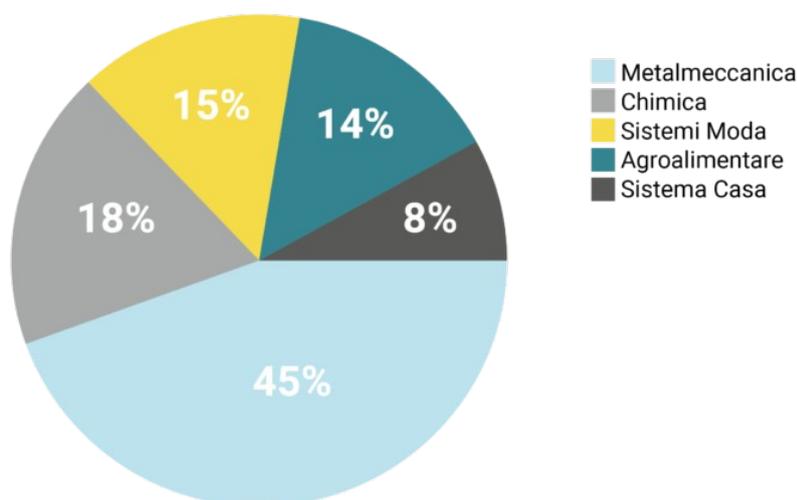
I **risultati dell'edizione precedente della linea "Internazionalizzazione"** dei **Progetti finanziati con l'aumento del 20% del diritto annuale** testimoniano la validità dell'iniziativa con circa **6000 imprese coinvolte per l'annualità 2024**. Le attività hanno riguardato soprattutto orientamento e consulenza, formazione avanzata, ricerca di partner, incontri B2B e incoming di buyer, utilizzo degli strumenti digitali a supporto dell'export, partecipazione a fiere

¹ Come rilevato dal Centro Studi Tagliacarne attraverso l'Economic Policy Uncertainty della Commissione Europea e BEI

all'estero in collaborazione con ICE-Agenzia. Tra i settori si annoverano i segmenti classici del made in Italy ed alcuni progetti che hanno dimostrato di saper tratteggiare il territorio sia con riferimento al partenariato locale, sia alla tipologia di prodotto.

L'export italiano si distingue, infatti, per una **distribuzione territoriale e settoriale variegata**, che riflette la diversità e la specializzazione produttiva del nostro Paese. Le principali componenti dell'export italiano sono rappresentate dal **made in Italy** (trainato dalle cd. "3 F": Food, Fashion, Furniture), i **macchinari e le attrezzature industriali**, l'**automotive** e l'**elettronica**. In aggiunta, settori come le **tecnologie avanzate**, l'**energia rinnovabile** e il **biomedicale** stanno registrando tassi di crescita notevoli.

Valori a prezzi correnti (EUR), Livelli



Fonte: Sistema informativo Exportplanning

Dichiarante: Totale Italia; Flusso: Esportazioni

Prodotto: Agroalimentare, Chimica, Sistema Moda, Sistema Casa, Metalmeccanica; Periodo: 2024;

In un contesto internazionale con equilibri in profondo mutamento, il **Piano d'azione per l'export italiano nei mercati extra-UE ad alto potenziale del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI)** ha dettato linee strategiche per il rafforzamento dell'export italiano a 360 gradi, indicando i mercati ad alto potenziale di sviluppo oltre a quelli maturi. I mercati ad alto potenziale comprendono, in ordine di export italiano: Turchia, Cina, Emirati Arabi Uniti, Messico, Arabia Saudita, Brasile, India, Paesi ASEAN (in particolare Thailandia, Vietnam e Indonesia); Paesi africani (tra gli altri, Algeria); Balcani Occidentali (in particolare, Serbia) e Paesi dell'America Latina. Viceversa, tra i mercati maturi extra-UE ad alto potenziale sono stati identificati: Stati Uniti, Svizzera, Regno Unito, Giappone, Canada. Attraverso i progetti realizzati mediante l'incremento del 20% del diritto annuale il sistema camerale cercherà di orientare attività, azioni e progettualità per una proposta di valore verso i mercati sopra menzionati, anche al fine di implementare tale Piano.

L'internazionalizzazione delle MPMI, oggi più che mai, richiede quindi **azioni Taylor made**, declinate sulla base del settore produttivo, del modello organizzativo e delle aspirazioni dell'impresa prevedendo, quindi, un **mix di strumenti e percorsi differenziati a seconda del grado di propensione e maturità all'export delle imprese**, coerente con l'articolazione e l'organizzazione del sistema camerale territorialmente competente.

Le Camere di Commercio intendono confermarsi, dunque, come un **alleato strategico e credibile** per le imprese che vogliono crescere sui mercati esteri, proponendosi come un soggetto in grado di identificare modelli di sviluppo e di business differenziati per le imprese,



promuovere le opportunità derivanti dai nuovi mercati emergenti e dai settori a maggiore crescita ed a più alto valore aggiunto.

2. GLI OBIETTIVI

Sulla base del contesto delineato e delle priorità strategiche per il sostegno all'internazionalizzazione, il progetto si pone come **obiettivo generale** quello di assicurare un **accompagnamento continuativo e qualificato alle MPMI** italiane nei percorsi di ingresso, consolidamento e ampliamento sui mercati esteri, contribuendo così alla crescita del **numero delle imprese esportatrici** e all'aumento **del valore complessivo dell'export nazionale**.

In particolare, si individuano **cinque obiettivi specifici** che questo Progetto si propone di attuare.

Azioni rivolte ad identificare i target principali di progetto per aumentare l'export

Il primo obiettivo specifico consiste nell'identificare e coinvolgere le imprese con potenziale di internazionalizzazione, avviando percorsi su misura in funzione del livello di maturità e delle loro caratteristiche organizzative. Le azioni saranno rivolte:

- a) **alle imprese che registrano una quota di fatturato export ancora limitata**, supportandole per acquisire strumenti per operare e competere a livello internazionale;
- b) **alle imprese che già esportano in maniera strutturata** (con un fatturato medio annuo riferito all'export superiore al 20%), assistendole nell'individuazione di nuove opportunità di business nei mercati già serviti o nello scouting di nuovi mercati maggiormente promettenti, aumentando e consolidando in tal modo il proprio export.

Orientamento verso mercati esteri ad alto potenziale

Il Progetto si pone, inoltre, l'obiettivo di supportare l'implementazione del Piano d'azione per l'export italiano nei mercati extra-UE ad alto potenziale del MAECI, anche in raccordo con gli altri attori del Sistema Italia attivi nella promozione dell'export.

L'accompagnamento sarà strutturato in due fasi:

- a. **attività di informazione, formazione e preparazione delle imprese su tali mercati ad alto potenziale con creazione di modelli di sviluppo personalizzati e differenziati;**
- b. **interazione diretta con operatori e tecnici stranieri attivi in mercati target**, mediante azioni di **mentoring** per acquisire informazioni e strumenti volti ad un migliore inserimento dei propri prodotti nei mercati target e finalizzati a favorire lo sviluppo del **business matching con controparti estere** anche attraverso lo strumento promozionale più idoneo (vetrina digitale, fiera² o altre iniziative internazionali).

Focalizzazione settoriale e valorizzazione dei comparti ad alto valore aggiunto

Con l'obiettivo di valorizzare il tessuto produttivo italiano in maniera capillare e nella propria interezza, il Progetto dovrà essere declinato in base alla caratterizzazione produttiva dei territori, con l'impegno a destinare almeno il 40% delle azioni a settori diversi da quelli tradizionali (come ad esempio l'agrifood) e a maggiore valore aggiunto. Ove i territori presentassero, tuttavia, una prevalenza dell'agroalimentare, sarà richiesta viceversa la creazione di modelli di business che evidenzino un approccio innovativo al settore.

² Si auspica la partecipazione a fiere internazionali in Italia e all'estero riconosciute e di primaria importanza.



Nei casi in cui i territori presentino tuttavia una prevalenza di comparti tradizionali, sarà comunque incentivato la creazione di modelli di business che valorizzino un approccio innovativo al settore anche attraverso l'adozione di soluzioni progettuali innovative e tecnologie emergenti e favorendo la contaminazione tra settori, la condivisione di soft skills e il knowledge sharing.

Per il raggiungimento di tale obiettivo sarà prevista la possibilità di utilizzare esperti ad elevata professionalità e specializzazione in internazionalizzazione, conoscenza delle economie territoriali e dello sviluppo del territorio, che già operano nel contesto economico-produttivo di riferimento.

Promozione di partenariati istituzionali e territoriali

Il progetto vuole, inoltre, valorizzare le collaborazioni tra attori pubblici e privati a livello nazionale, regionale e locale. Per questa ragione, saranno promosse iniziative di supporto che incentivino:

- la creazione di partenariati interregionali e multisettoriali;
- l'attivazione di forme di cofinanziamento (es. bandi regionali, progetti europei);
- la condivisione di best practices e business model tra Camere di commercio e territori coinvolti.

L'obiettivo sarà quello di massimizzare l'impatto delle azioni realizzate e di promuoverle tramite strumenti di comunicazione integrata che valorizzino il ruolo del sistema camerale e la collaborazione con tutti gli attori nazionali, regionali e locali, rafforzando al contempo il coordinamento strategico tra le istituzioni.

Utilizzo e sviluppo della piattaforma SEI

Elemento trasversale a tutte le linee d'azione è l'utilizzo della piattaforma nazionale SEI – Sostegno all'Export dell'Italia (www.sostegnoexport.it), che rappresenta uno strumento centrale per la raccolta e la profilazione delle imprese coinvolte, un hub per la promozione delle attività realizzate e un'interfaccia operativa integrata con il sistema CRM nazionale, a supporto di una migliore programmazione delle attività di internazionalizzazione, oltre che del monitoraggio e della rendicontazione delle azioni.

La piattaforma SEI consente:

- di gestire in modo coordinato e coerente l'attività di supporto all'export;
- di dare visibilità ai risultati ottenuti anche attraverso un monitoraggio costante delle varie fasi dei singoli percorsi differenziati rivolti alle imprese;
- di promuovere l'analisi economica a livello domestico e internazionale sui principali trend, mercati e settori (con specifico riferimento a quelli diversi da quelli tradizionali, a maggiore valore aggiunto e più innovativi);
- di favorire una maggiore efficacia delle politiche camerali per l'internazionalizzazione a supporto del decision maker.

3. LE LINEE STRATEGICHE DI AZIONE PER IL TRIENNIO 2026-2028

Per raggiungere gli obiettivi prefissati il sistema camerale, anche con il contributo tecnico operativo e di competenze di Unioncamere e delle strutture nazionali di sistema, intende promuovere **percorsi progressivi e diversificati** di accompagnamento, evitando in tal modo approcci frammentari o iniziative isolate, costruiti sulla base del livello di



esportazione/propensione ai mercati esteri, oltre che tenendo conto della capacità organizzativa delle imprese.

L'obiettivo è che le imprese **beneficino di un ciclo organico e guidato di rafforzamento delle proprie capacità tecniche e potenzialità di export**, articolato in fasi consequenziali e coerenti tra loro.

Tali percorsi potranno comprendere le seguenti linee di intervento:

1 Promozione di percorsi di informazione, formazione, preparazione e accompagnamento delle imprese

Al fine della costruzione di percorsi e modelli di sviluppo utili a rispondere ai bisogni delle diverse tipologie di imprese sopra indicate, le attività dovranno essere articolate secondo le seguenti linee di intervento:

- **a) Percorso di avvicinamento all'export destinato alle imprese con una presenza limitata all'estero**, con l'obiettivo di consolidare e far crescere la presenza internazionale, attraverso nuovi canali e strategie differenziate. A tal fine, le attività previste possono comprendere:
 - moduli formativi personalizzati in base alla composizione settoriale del territorio di riferimento;
 - incontri di mentoring e business matching su mercati a bassa complessità logistica o regolatoria (es. mercati europei o di prossimità);
 - attività di orientamento sulla strategia internazionale, anche includendo sessioni di coaching individuale e collettivo;
 - favorire una cultura digitale funzionale ai temi dell'internazionalizzazione, supportando le imprese per accedere ai servizi offerti dagli strumenti digitali e/o per consolidare il loro utilizzo;
 - acquisire servizi finalizzati alla pianificazione ed implementazione di corrette strategie di marketing digitale in ottica internazionale.
- **b) Percorso di sviluppo rivolto alle imprese che già esportano in maniera strutturata** con obiettivi di diversificazione dei mercati, crescita del valore medio dell'export, inserimento nelle catene globali del valore, consolidamento commerciale o produttivo all'estero. In quest'ottica, le azioni potranno prevedere:
 - approfondimenti avanzati svolti da esperti o rappresentanti di istituzioni nazionali e internazionali in materia di: politica commerciale e riconfigurazione della catena del valore; nuovi scenari e opportunità nei mercati emergenti e ad alto potenziale; business modelling e strategie competitive e di crescita; accordi strategici e joint venture internazionali; trend tecnologici, sociali e ambientali per le imprese a forte vocazione di export; contrattualistica internazionale e logistica avanzata; marketing internazionale: adattamento e standardizzazione del prodotto e definizione pricing nei mercati internazionali;
 - supporto alla ricerca partner, distributori, importatori anche attraverso azioni di business matching su mercati ad alto potenziale extra-UE in linea con il Piano d'Azione per l'Export del MAECI;
 - realizzare analisi e tools innovativi relativi all'internazionalizzazione delle imprese territoriali complementari e di supporto alla politica promozionale regionale;
 - supporto alla partecipazione a progetti e gare d'appalto europee e internazionali, specie per i settori a vocazione B2G;
 - assistenza alla creazione di partnership o insediamenti stabili all'estero (branch, JV, siti produttivi);



- servizi finalizzati alle strategie di marketing digitale avanzato in ottica internazionale: promozione online sui mercati internazionali tramite canali di comunicazione digitale, social network e marketplace per aumentarne l'attrattività verso utenti/clienti internazionali; testare nuove soluzioni di vendita online e consolidamento sui mercati internazionali, anche attraverso l'utilizzo di piattaforme.

Entrambi i percorsi dovranno essere **progettati con approccio settoriale e geografico**, per valorizzare le specializzazioni produttive dei territori e indirizzare le imprese verso mercati coerenti con il proprio posizionamento e con la strategia e organizzazione aziendale.

Inoltre, le Camere potranno prevedere **percorsi sperimentali rivolti a startup, scale-up e aziende innovative** per la definizione di modelli di business internazionali, azioni di accelerazione sui mercati esteri, anche in collaborazione con la rete EEN ed altri attori qualificati.

Azioni trasversali di financial advisory potranno completare i percorsi, aiutando le imprese ad accedere a strumenti di finanza agevolata (regionale, nazionale, europea) e ai finanziamenti internazionali, oltre a favorire la partecipazione a progetti europei (Horizon Europe, Life, Digital Europe, Erasmus+, Creative Europe, CEF, etc.).

La CCIAA individuerà, ove necessario, nuovi servizi valorizzando e ottimizzando quanto già programmato a livello locale, regionale e nazionale, anche sulla base di accordi in essere o da definire con i diversi attori dell'export promotion (Ice Agenzia, CDP, Sace, Simest) oltre che con la rete estera camerale.

2 Percorsi di rafforzamento del supporto alla presenza all'estero

I contributi alle imprese per la preparazione tecnica e consulenziale e la partecipazione ad eventi promozionali in Italia e all'estero rappresentano uno strumento operativo di sostegno economico per approcciare i mercati internazionali.

Gli strumenti impiegati dovranno essere parte integrante dei percorsi svolti dalle imprese e indirizzati a finanziare i vari step dei modelli di sviluppo A e B. In tal senso si eviterà un utilizzo degli stessi occasionale e non inserito all'interno di una specifica strategia per l'internazionalizzazione.

La **consapevolezza delle PMI** sulle soluzioni disponibili attraverso il **sistema pubblico nazionale per l'internazionalizzazione** (a partire, ovviamente, dal sistema delle Camere di commercio) e sulle opportunità legate all'**offerta privata** qualificata a sostegno dell'export rappresenta, come visto, una delle leve sulle quali è indispensabile agire per **portare più imprese all'estero**, per **ampliare il mercato** di chi già vi opera, per **entrare in nuovi mercati** e, di conseguenza, far crescere in maniera stabile i volumi dell'export.

Al fine di stimolare una **domanda di servizi più consapevole** e, quindi, di tipo integrato (che va dall'analisi del corretto posizionamento commerciale alle azioni di assistenza diretta all'estero), si prevede l'erogazione di **voucher** attraverso **specifici avvisi a livello territoriale** indirizzati a **single imprese**, purché già state coinvolte in uno dei percorsi di supporto innanzi descritti attraverso:

a) **percorsi di rafforzamento della presenza all'estero**, quali ad esempio:

- il potenziamento degli strumenti promozionali e di marketing in lingua straniera;
- l'assistenza legale/organizzativa/contrattuale/fiscale legata all'estero;
- la protezione del marchio dell'impresa all'estero;
- l'ottenimento delle certificazioni di prodotto necessarie all'esportazione nei Paesi esteri target;



- l'accrescimento delle capacità manageriali dell'impresa attraverso attività formative a carattere specialistico;
- la realizzazione di vetrine digitali in lingua estera per favorire le attività di e-commerce;
- incontri personalizzati con operatori dei Paesi esteri target, in Italia o all'estero.

b) **L'ampliamento del mercato da parte delle imprese e la ricerca di nuovi clienti attraverso fiere o eventi assimilabili** in Paesi UE ed extra Ue, anche tenendo conto del calendario fieristico nazionale approvato dalla Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome³ e da calendario delle iniziative all'estero di ICE Agenzia⁴. Si prevede altresì la possibilità di svolgere servizi di analisi e **ricerche di mercato**, per la predisposizione di studi di fattibilità inerenti a specifici mercati di sbocco e servizi di **follow-up** successivi alla partecipazione, per la finalizzazione dei contatti di affari.

Oltre ai fondi previsti attraverso l'incremento del 20% del diritto annuale, i voucher potranno riguardare anche **fondi derivanti da specifici accordi con la Regione o altre forme di partenariato**.

Il **Soggetto Attuatore** sarà la **Camera di commercio** anche attraverso aziende speciali o enti del sistema camerale. Tutte le agevolazioni previste saranno, inoltre, erogate ai sensi del **Regolamento de minimis** (regolamento (UE) n. 1407/2013 della Commissione del 18 dicembre 2013).

3 **Promozione di partenariati**

Sarà opportuno **pianificare e condividere l'idea progettuale e la realizzazione delle singole fasi con gli attori locali a diverso titolo competenti nella materia** (Regioni, associazioni imprenditoriali, agenzie di sviluppo locale) **anche al fine di far convergere l'interesse e l'eventuale partecipazione allo stesso, incrementandone in tal modo l'entità e l'impatto**. Inoltre, ove possibile, si richiede una **dimensione del progetto interprovinciale con il coinvolgimento di altre Camere di commercio**, anche al fine di massimizzare le risorse, evitare duplicazioni e rafforzare la coerenza delle azioni di sistema.

Coerentemente all'obiettivo 1) sarà importante valorizzare il partenariato per predisporre congiuntamente modelli di sviluppo coerenti con le esigenze espresse dalle imprese coinvolte, anche con riferimento al settore di appartenenza, al livello organizzativo e alle opportunità nei mercati più adatti ad esse.

4 **Favorire l'attrazione di investimenti diretti esteri (ide) e la competitività dei territori**

Accanto all'assistenza diretta alle imprese, il progetto intende altresì contribuire a **rafforzare l'attrattività dei territori italiani, promuovendo condizioni favorevoli per gli investimenti esteri**. Ciò anche al fine di **sviluppare le conoscenze e le competenze di riferimento e rafforzare un posizionamento delle Camere di Commercio** nell'ambito del marketing territoriale a supporto dell'attrattività internazionale del territorio e dei progetti d'investimento, dall'Italia e dall'estero.

Tale linea affonda le radici nella crescita che l'attrazione di progetti d'investimento internazionali ha assunto in Italia negli anni recenti, grazie anche allo **sviluppo di importanti**

³ Cfr. <https://www.regioni.it/home/calendario-manifestazioni-fieristiche-2662/>

⁴ Cfr. a titolo esemplificativo il catalogo per l'annualità 2025: <https://www.ice.it/it/settori/startup-innovazione/calendario-2025-delle-iniziative-allestero>



iniziative da parte del sistema pubblico centrale e delle amministrazioni regionali, che hanno in capo la responsabilità e la gestione delle deleghe in materia.

In tal senso, il **ruolo dei singoli ecosistemi territoriali in tutto il Paese assume un ruolo cruciale per tratteggiare gli asset attrattivi e adoperarsi ad individuare opportunità**.

Saranno pertanto previste **azioni** per:

- valorizzare gli ecosistemi produttivi locali;
- attivare partnership tra imprese italiane ed estere;
- generare ricadute economiche positive di cui beneficiano in primis le PMI sui territori attraverso l'ampliamento dell'indotto e delle filiere.

Queste attività si inseriscono nella strategia nazionale volta a potenziare la competitività complessiva del sistema Paese.

4. ATTIVITÀ TRASVERSALI

Il progetto dovrà assicurare:

- a) l'utilizzo del **CRM** - nell'ambito delle attività di monitoraggio e valutazione dell'impatto dei progetti finanziati dalla maggiorazione del 20% del Diritto Annuale ogni Camera utilizzi il proprio CRM sia per tracciare le iniziative che per gestire le campagne di comunicazione pre e post erogazione nei confronti delle imprese. L'obiettivo è utilizzare il CRM per:
 - creare e gestire campagne mirate per la promozione dei progetti;
 - organizzare e promuovere corsi di formazione, eventi e servizi di consulenza, segnalando all'interno della piattaforma che l'iniziativa rientra tra quelle finanziate dalla maggiorazione del 20% del diritto annuale;
 - monitorare le imprese che hanno richiesto e usufruito di voucher dedicati al progetto, grazie all'integrazione tra il CRM e la piattaforma AGEF;
 - raccogliere informazioni dalle imprese in merito all'impatto di questi progetti attivando canali di raccolta di feedback ad hoc e valorizzando i dati delle attività di rendicontazione previste per i voucher
- b) la **qualificazione delle competenze delle imprese** e, ove opportuno, **del personale camerale** coinvolto nella realizzazione delle attività, al fine di trasferire tutte le conoscenze e competenze tecniche per erogare i nuovi servizi attivati nel triennio. Tali azioni potranno includere: percorsi formativi, iniziative di orientamento e supporto al placement, utilizzo di strumenti digitali, rilascio di attestazioni e certificazioni, collaborazioni con le Università e gli ITS operanti nel settore.
- c) **L'uso delle nuove tecnologie**, sia come supporto operativo alla gestione delle attività progettuali, sia come leva per promuoverne l'adozione da parte delle imprese beneficiarie.
- d) **La comunicazione** per garantire visibilità e trasparenza alle attività progettuali anche con riferimento alle attività condotte e ai risultati raggiunti (aumento delle imprese coinvolte e del relativo export, casi di successo, mercati serviti, focus su tematiche prioritarie e di rilevanza nazionale ecc.) ed in coordinamento con i piani di comunicazione predisposti a livello nazionale, al fine di rafforzarne la diffusione e la riconoscibilità presso le imprese.

5. RISULTATI ATTESI



Tenuto conto della tipologia e della modularità del progetto, l'impatto dello stesso andrà misurato nel triennio ma dovrà essere oggetto **comunque di monitoraggio annuale**, al fine garantire che le attività via via realizzate siano in linea con le finalità e gli obiettivi indicati nella scheda illustrativa. Si utilizzeranno in tal senso i seguenti parametri:

- **Aumento del numero delle imprese che possono operare in modo più stabile sui mercati esteri** a seguito delle attività del progetto:
 - A. Indicazione numero imprese che - a seguito attività di progetto (nell'ambito percorso 1 o 2). siano definibili esportatori (ove disponibile - anche come previsione anno consolidato - indicare incremento della % export sul fatturato o in alternativa il numero accordi siglati con controparti estere).
 - B. Indicazione eventuali aziende che, abbiano trovato grazie alle attività del percorso loro dedicato (ivi inclusa piattaforma di progetto SEI) mercati di sbocco alternativi per incrementare l'export (indicare quota fatturato export ascrivibile a transazioni commerciali Paesi in linea con il Piano d'Azione per l'Export del MAECI);
- **Profilazione delle imprese nella piattaforma SEI** (www.sostegnoexport.it);
- **Utilizzo dello strumento "voucher"** con indicazione del numero delle domande presentate e della tipologia delle attività finanziate (specificare il numero aziende che hanno presentato a seguito del Bando Camerale una domanda entro la scadenza per la singola annualità, per "servizi internazionalizzazione - percorsi di rafforzamento della presenza all'estero" o per "partecipazione a fiere nazionali ed estere riconosciute");
- **Capacità di realizzare partenariati con altri enti camerali e con soggetti regionali e locali** (in caso affermativo specificare la CCIAA partner del progetto e le linee di attività oggetto della collaborazione; nel caso di partenariati con entità locali o regionali indicare gli estremi del protocollo d'intesa/accordo siglato, specificando le attività e linee strategiche oggetto della collaborazione);
- **Aumento della partecipazione a progetti e bandi europei e gare internazionali** (indicare il numero di manifestazioni di interesse per progetti e gare europei e internazionali).

6. BUDGET

Sono rendicontabili:

- i costi di **funzionamento** e del **personale** della CCIAA in una percentuale non superiore al **15%**;
- i costi esterni **funzionali alla realizzazione del progetto**, relativi a:
 - formazione del personale
 - servizi di assistenza tecnica
 - collaborazioni esterne
 - attività di comunicazione
 - piattaforme informatiche
 - banche dati e strumenti di analisi
 - attrezzature e software
- i costi destinati a **voucher/contributi** alle imprese.



Progetti 20% - Triennio 2026-2028

COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE: STRUMENTI E SERVIZI PER L'ACCESSO ALLA FINANZA

Relazione illustrativa



1. IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Il contesto macroeconomico, segnato negli ultimi anni da forti instabilità geo-politiche e dalle criticità scaturite dalla crescita dei costi delle materie prime e dall'applicazione dei dazi sugli scambi commerciali, ha posto in evidenza come il tema delle risorse finanziarie rappresenti un nodo cruciale per il prosieguo e lo sviluppo dell'attività d'impresa.

È significativo considerare come sia variato l'ammontare dei prestiti alle imprese in Italia, Francia e Germania tra il dicembre 2011 e lo stesso mese del 2024 (fonte: BCE). Si è passati, nel nostro Paese, da 929 a 641 miliardi di euro (-31%), in Francia da 880 a 1.467 miliardi di euro (+67%), in Germania da 910 a 1.374 miliardi di euro (+51%). Quindi, nell'arco temporale considerato, l'Italia è molto arretrata rispetto ai due competitor europei: i suoi 641 miliardi equivalgono al 47% dei prestiti alle imprese tedesche e al 44% di quelli alle imprese francesi.

Il razionamento del credito alle imprese è un fenomeno complesso e articolato. È 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, soprattutto per le imprese di dimensioni minori. Essi attengono, tra l'altro, alla regolazione internazionale sui requisiti patrimoniali degli intermediari finanziari e al business model adottato da gran parte del sistema bancario.

Da evidenziare, inoltre, come tutte le opportunità disponibili per le PMI sui mercati di finanza complementare, dai minibond al crowdfunding, dal private equity e venture capital fino alla quotazione in Borsa, abbiano subito una contrazione negli ultimi due anni. Le non risolte tensioni sullo scacchiere internazionale, con il pericolo costante di gravi conflitti bellici, stanno favorendo gli impieghi su asset di facile liquidabilità sul mercato come titoli di Stato e azioni di blue chips (aziende grandi, solide, consolidate sul mercato).

Per affrontare tali difficoltà, si rende quindi necessario perseguire un rafforzamento della struttura finanziaria e organizzativa delle piccole e medie imprese.

Occorre in primis fornire alle imprese maggiore conoscenza sui temi della finanza tradizionale, innovativa e agevolata e della prevenzione delle crisi aziendali, anche promuovendo la diffusione e l'utilizzo dei servizi digitali di *assessment* e informazione messi a disposizione dal Sistema camerale e favorendo l'adozione di strumenti digitali per la finanza d'impresa, oggi imprescindibili per interloquire con il mondo finance e banking.

2. GLI OBIETTIVI

La finalità del progetto è quella di dotare le Camere di commercio di competenze specialistiche di tipo economico-finanziarie, costituendo dei Centri di servizi camerali per la finanza d'impresa e la prevenzione delle crisi (CEFIM).

I CEFIM opereranno sia tramite nuovi profili competenti sui temi economico-finanziari sia attingendo al personale camerale che sarà adeguatamente formato per fornire alle imprese i servizi e gli strumenti previsti dal progetto.

I CEFIM, pertanto, si costituiranno come strutture di contatto con le imprese per favorire l'accesso a strumenti di finanza ordinaria, innovativa e agevolata, nonché la prevenzione di situazioni di squilibrio e di crisi. Nell'attuale contesto macroeconomico di incertezza, infatti, il reperimento di nuove fonti per il finanziamento e per la raccolta di capitali, nonché un attento monitoraggio della situazione economico-finanziaria dell'impresa, rappresentano fattori fondamentali per la continuità, la crescita e la competitività.

Conseguentemente all'erogazione di tali strumenti e servizi saranno raggiunti obiettivi di divulgazione sul territorio di conoscenze e competenze su temi economico-finanziari, ad



esempio con riferimento agli strumenti per il finanziamento disponibili, alle informazioni e ai documenti utili per comunicare con gli istituti di credito e gli operatori di finanza innovativa, all'attività di monitoraggio e controllo finanziario necessaria per la prevenzione delle crisi.

È opportuno evidenziare che il Sistema camerale, nel corso degli anni, ha realizzato importanti servizi e strumenti digitali: *assessment* e servizi informativi specializzati e personalizzati erogati tramite canali digitali, che rappresentano oggi una fonte di analisi, di informazione e di orientamento ampia e sviluppata (piattaforma "Libra - Suite Finanziaria"). Un patrimonio che, tuttavia, manifesta un potenziale ancora parzialmente inespresso in termini di diffusione e utilizzo presso le imprese: l'incremento delle competenze camerale su temi economico-finanziari e tecnico/operativi con riferimento al funzionamento dei servizi, nonché la disponibilità di un centro servizi camerale per la diffusione e promozione dei servizi stessi in ottica "push", ossia di coinvolgimento attivo delle imprese, rappresenterebbero fattori estremamente significativi per diffondere in modo decisivo e pervasivo i temi e gli strumenti veicolati tramite i servizi camerale. Temi e strumenti, occorre sottolineare, che rivestiranno un ruolo essenziale per la continuità, lo sviluppo e la competitività delle imprese italiane. Il beneficio che deriverà alle imprese dall'utilizzo di tali servizi si concretizzerà, inoltre, nell'adozione consapevole, da parte delle stesse PMI, di strumenti e modelli digitali la cui importanza è ormai decisiva nell'arena dei servizi finanziari ordinari e innovativi.

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") seppure - ovviamente - con un diverso profilo di competenze (economico-finanziarie). Verranno inoltre sviluppate collaborazioni con soggetti sia istituzionali che di tipo associativo.

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, prevalentemente di tipo economico-finanziario ma anche organizzativo-aziendale e di analisi del modello di business dell'impresa, al fine di individuare eventuali criticità e proporre possibili soluzioni.

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. **Con tale progetto si vogliono, invece, erogare servizi reali** volti in prima battuta ad individuare e valutare (attraverso strumenti *ad hoc*) le difficoltà dell'azienda per accompagnarla verso lo strumento finanziario più idoneo rispetto allo specifico caso 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, uno strumento di finanza agevolata o innovativa.

In base a tali premesse, gli obiettivi prioritari che la presente progettualità intende raggiungere attraverso la costituzione dei Centri di servizi camerale per la finanza d'impresa e la prevenzione delle crisi (CEFIM) sono:

1. **Qualificare le Camere con competenze di tipo economico-finanziario** che saranno impiegate all'interno dei CEFIM.
2. **Favorire una maggiore diffusione di competenze e conoscenze sui temi economico-finanziari** - specie tra le PMI - ed una visione più integrata delle diverse problematiche aziendali, nonché promuovere una cultura della **prevenzione delle situazioni di crisi**.
3. Promuovere e diffondere presso le imprese **strumenti di assessment economico-finanziario** per agevolare l'adozione consapevole da parte delle stesse PMI di strumenti e modelli digitali la cui importanza è ormai decisiva nell'arena della prevenzione e dei servizi finanziari ordinari e innovativi.
4. Promuovere servizi di **informazione e orientamento sul tema della finanza agevolata** a favore delle imprese.



3. LE LINEE STRATEGICHE DI AZIONE PER IL TRIENNIO 2026-2028

Per raggiungere gli obiettivi sopra esplicitati, le Camere di commercio, anche con il contributo tecnico operativo e di competenze di Unioncamere e delle strutture nazionali di sistema, introdurranno una serie di azioni riconducibili a **4 linee strategiche di azione** per il triennio 2026-2028.

Le tematiche affrontate riguarderanno il tema della finanza d'impresa, con particolare riferimento a strumenti e modelli per la finanza innovativa e digitale, la finanza agevolata e la prevenzione delle crisi.

Di seguito le linee di azione previste:

1. Rafforzamento del personale camerale in termini di competenze e professionalità relative alla finanza d'impresa e creazione di nuclei camerale specializzati sul tema.
2. Promozione e divulgazione capillare di conoscenze e competenze finanziarie presso le imprese.
3. Potenziamento e diffusione degli strumenti digitali di *assessment* economico-finanziario come fattore abilitante l'adozione di sistemi e modelli per la finanza d'impresa e la prevenzione delle crisi.
4. Potenziamento e diffusione di strumenti e servizi camerale sul tema della finanza agevolata.

3.1 Rafforzamento del personale camerale in termini di competenze e professionalità relative alla finanza d'impresa e creazione di nuclei camerale specializzati sul tema

FINALITÀ E OBIETTIVI OPERATIVI

L'obiettivo di costituire i CEFIM richiede necessariamente la disponibilità di competenze professionali adeguate a gestire in modo continuativo sia l'attività di diffusione e promozione dei servizi, sia un'attività di supporto maggiormente specializzato e articolato nel merito degli strumenti e dei servizi proposti. L'inserimento di nuove competenze professionali all'interno della Camera di commercio sarà accompagnato da un'attività di formazione rivolta al personale e dalla possibilità di attingere a competenze specialistiche presso operatori esterni specializzati, anche per il tramite di società *inhouse* del Sistema camerale operative e specializzate su temi economico-finanziari, in modo da coprire esigenze e attività di affiancamento diversificate e complesse a favore delle imprese.

LINEE DI INTERVENTO

A) Acquisizione di adeguate competenze professionali.

L'acquisizione su base stabile di nuove competenze risulta indispensabile per lo sviluppo di servizi di assistenza realmente efficaci e in grado di gestire problematiche di natura economico-finanziaria anche complesse.

In tale ottica sono state ipotizzate due tipologie di figure professionali di affiancamento delle Camere e delle imprese nello sviluppo delle attività:

- **Professionisti senior** che collaboreranno direttamente a supporto della dirigenza camerale al fine di facilitare la conoscenza di merito e l'implementazione delle buone pratiche per quanto riguarda la prevenzione della crisi d'impresa e l'attività di supporto alla finanza d'impresa. La selezione e contrattualizzazione verrà attuata, a scelta della Camera, anche attraverso meccanismi di tipo nazionale.
- **Figure di supporto tecnico-professionale:** in analogia con i "digital promoter" utilizzati per i PID, saranno individuati e contrattualizzati tecnici/specialisti con competenze in materie economico-giuridiche e finanziarie, operanti in stretto raccordo con le Camere di commercio per sviluppare, nell'ambito dei servizi per la finanza e per la prevenzione della crisi



d'impresa, azioni di tipo "push". 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*.

In sintesi, si tratta di due livelli (*professional e promoter*): il primo è maggiormente orientato a supportare professionalmente la Camera di commercio, mentre il secondo si caratterizza sia per azioni di supporto operativo alla Camera che soprattutto per azioni promozionali nei confronti delle imprese.

B) Formazione personale camerale e di supporto.

Il personale delle Camere di commercio e di supporto che sarà coinvolto nelle nuove attività relative alla finanza e alla prevenzione delle crisi 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 in sessioni laboratoriali di confronto e sperimentazione operativa.

Potrà inoltre essere previsto, nell'ambito della linea strategica, lo sviluppo di partenariati con gli istituti di credito e loro associazioni, associazioni imprenditoriali, confidi, università e professionisti. Le Camere di commercio dovranno rappresentare il fulcro di un network di soggetti che svilupperanno le attività progettuali in sinergia e stretta collaborazione.

3.2 Promozione e divulgazione capillare di conoscenze e competenze finanziarie presso le imprese

FINALITÀ E OBIETTIVI OPERATIVI

Un'efficace azione sul tema della finanza d'impresa deve necessariamente partire da un'attività di diffusione e disseminazione di una cultura finanziaria oggi non sufficientemente matura, con l'obiettivo di garantire competitività e sviluppo ed evitare situazioni di squilibrio che potrebbero portare ad uno stato di crisi. Questo alla luce di due aspetti fondamentali:

- necessità di incrementare la conoscenza di strumenti digitali e innovativi per la finanza d'impresa, la cui adozione all'interno dei processi aziendali è oggi imprescindibile;
- necessità, da parte delle imprese, di monitorare il proprio stato di salute economico-finanziario e di identificare segnali di allerta precoce della crisi, secondo quanto definito dal Codice della crisi d'impresa e dell'insolvenza.

È infatti opportuno considerare come le imprese di piccole dimensioni sperimentino particolari difficoltà sia nell'accesso al credito e nella comunicazione con il canale bancario sia nel rapporto con gli operatori di finanza complementare, in un contesto che presenta notevoli difficoltà, anche determinate da una forte instabilità geopolitica e da significative oscillazioni dei costi delle materie prime e dell'energia. Con particolare riferimento alla finanza innovativa si vuole favorire l'accesso delle imprese ai nuovi strumenti di finanza complementare rispetto al canale bancario.

TARGET DI RIFERIMENTO

Le attività di formazione, divulgazione e affiancamento e gli strumenti di *e-learning* messi a disposizione saranno principalmente rivolti a referenti di PMI e di startup per l'approfondimento di temi e strumenti fondamentali della gestione finanziaria dell'impresa.

LINEE DI INTERVENTO

A) Divulgazione dei temi della finanza innovativa, agevolata e digitale, del credito, della prevenzione delle crisi.

Con riferimento ai temi della linea di azione in questione sono previste iniziative di formazione, informazione e affiancamento specializzato, fondamentali per implementare con profitto



informazioni, conoscenze e strumenti all'interno dell'operatività dell'impresa e per favorire operazioni di sviluppo e crescita.

Le suddette attività saranno rivolte in particolare a favorire la conoscenza di strumenti di gestione finanziaria e d'impresa, anche finalizzati alla prevenzione delle crisi e alla costituzione di un ottimale assetto organizzativo e contabile, ad acquisire e padroneggiare dati e documenti necessari per le interlocuzioni con gli istituti di credito, nonché ad offrire alle imprese uno sguardo sui punti di forza e sugli aspetti da migliorare per massimizzare le opportunità di raccolta di capitali e di risorse finanziarie. Le Camere potranno altresì informare e formare le imprese sui servizi di finanza innovativa disponibili: strumenti che – affiancandosi al canale bancario – permettono alle imprese di attingere a nuove fonti di finanziamento e di diversificare i canali di raccolta dei capitali.

Le nuove professionalità all'interno della Camera di commercio coordineranno le attività, individuando percorsi specifici e idonei per le imprese dei rispettivi territori e avvalendosi, dove necessario, di specialisti ed esperti nelle tematiche trattate anche per il tramite di società *inhouse* specializzate su temi economico-finanziari, per garantire un elevato livello di competenza e specializzazione a favore delle PMI.

Gli strumenti introdotti dalle Camere di commercio saranno pertanto molteplici e tra loro coordinati per massimizzare gli obiettivi di diffusione delle competenze finanziarie. Tra questi:

- Attività di formazione e informazione tramite webinar, convegni, workshop, sia online che in presenza.
- Incontri *one-to-one* e affiancamento personalizzato di orientamento e analisi.

B) Strumenti e-learning per la finanza d'impresa.

A completamento degli strumenti formativi rivolti alle imprese, le Camere di commercio metteranno a disposizione una piattaforma *e-learning*, **Skill Up, appositamente sviluppata dal Sistema camerale sui temi della finanza d'impresa, dell'accesso al credito, della prevenzione delle crisi.** Tutti i corsi disponibili in piattaforma sono caratterizzati da un format che utilizza una combinazione di sessioni formative intermezze da stimoli formativi e interazioni, quali ad esempio video e animazioni con docente speaker che illustrano i concetti teorici in maniera dettagliata, *knowledge check* per testare le conoscenze apprese, tutorial interattivi, documentazione di approfondimento con riferimenti specifici sulle tematiche affrontate, esercitazioni da svolgere in autonomia. Tra i temi trattati - e comunque continuamente aggiornati - compaiono:

- Strumenti di monitoraggio per la prevenzione della crisi di impresa.
- Rendiconto finanziario, cash flow e budget di tesoreria.
- Riclassificazione e analisi del bilancio aziendale.

C) Voucher per favorire l'accesso delle imprese alla finanza in particolare innovativa

Per promuovere la finanza innovativa il progetto prevede anche la possibilità di erogare voucher destinati ad abbattere i costi di accesso delle imprese agli strumenti finanziari quali minibond, crowdfunding, invoice trading, direct lending, private equity, venture capital e quotazioni sul mercato borsistico.

3.3 Potenziamento e diffusione degli strumenti digitali di assessment economico-finanziario come fattore abilitante l'adozione di sistemi e modelli per la finanza d'impresa e la prevenzione delle crisi

FINALITÀ E OBIETTIVI OPERATIVI



Alla luce delle caratteristiche dell'attuale contesto macroeconomico, una accurata valutazione economico-finanziaria dell'impresa sarà fondamentale per superare criteri ormai molto selettivi per la concessione del credito e di nuova finanza. È quindi necessario fornire alle imprese strumenti fondamentali per misurare l'affidabilità aziendale e prevedere la capacità di onorare gli impegni finanziari assunti. In questo senso, è molto importante il lavoro realizzato dal Sistema camerale negli ultimi anni sul tema della prevenzione e del monitoraggio finanziario: il nuovo Codice della crisi d'Impresa e dell'Insolvenza in vigore dal 2022, infatti, punta i riflettori proprio sul tema della prevenzione delle crisi, richiedendo alle imprese di svolgere una documentata e dimostrabile attività di controllo e monitoraggio e di adottare i cosiddetti "adeguati assetti" finalizzati all'emersione tempestiva dei segnali di crisi. L'attività di controllo e monitoraggio che il Codice richiede si concretizza, quindi, in un'ottima pratica di gestione finanziaria e costituisce, al contempo, un requisito fondamentale per migliorare le relazioni con le banche e gli altri soggetti finanziatori, aumentando così le opportunità di accesso al credito.

TARGET DI RIFERIMENTO

Gli strumenti digitali di analisi economico-finanziaria descritti sono utilizzabili da tutte le piccole e medie imprese. Non sono tuttavia adatti ad aspiranti imprenditori e a startup di recente costituzione. È infatti necessario che siano disponibili dati sufficienti per ottenere un'analisi completa ed efficace (ad esempio con riferimento ai dati di bilancio). Le categorie citate, tuttavia, potranno fruire nell'ambito del progetto di servizi dedicati, ad esempio con riferimento all'individuazione di strumenti di finanziamento adatti per la fase di avvio dell'impresa.

LINEE DI INTERVENTO

Sviluppo e diffusione dei servizi digitali di assessment economico-finanziario della piattaforma Libra – Suite Finanziaria.

Si inseriscono in tale contesto gli strumenti digitali della piattaforma Libra – Suite Finanziaria: un sistema integrato di servizi digitali per l'auto-valutazione che permette all'imprenditore di ottenere una fotografia accurata della propria situazione economico-finanziaria e che permette di realizzare i seguenti obiettivi:

- Migliorare la **comunicazione con gli istituti di credito** e massimizzare le opportunità di accedere a finanziamenti e ad altri strumenti di finanza ordinaria e innovativa.
- Attivare le best practices utili ad una consapevole ed efficace **gestione aziendale**.
- Adempiere alla previsione normativa di cui all'art. 2086, comma 2, del Codice civile - disposizione puntualmente richiamata nell'art. 3 del Codice della crisi e dell'insolvenza - che richiede alle imprese di rilevare tempestivamente eventuali **segnali della crisi**, tramite l'adozione di un adeguato assetto amministrativo, organizzativo e contabile.

Per il raggiungimento degli obiettivi della linea di intervento saranno fondamentali le attività di formazione, affiancamento e divulgazione presso le imprese, tramite eventi e incontri di approfondimento personalizzati.

Le attività progettuali legate alla piattaforma Libra e alle tematiche ad essa correlate saranno realizzate in complementarità rispetto ad eventuali servizi analoghi promossi da altri soggetti pubblici e associativi, prassi quest'ultima già consolidata da quando il servizio è attivo, considerando che le Camere hanno promosso attività collaborative con Associazioni di categoria e Ordini professionali.

3.4 Potenziamento e diffusione di strumenti e servizi camerale sul tema della finanza agevolata

FINALITÀ E OBIETTIVI OPERATIVI



In un contesto come quello attuale, l'aggiornamento continuo sugli strumenti di finanza agevolata a disposizione, la conoscenza e divulgazione delle caratteristiche e delle finalità di ciascuno di essi e la capacità da parte delle imprese di programmare gli investimenti al fine di cogliere le opportunità in modo tempestivo, rappresentano aspetti di vitale importanza. L'orientamento, in particolare, è un tema centrale: data la varietà e numerosità delle misure disponibili, non è agevole per gli imprenditori **trovare informazioni chiare ed esaustive in relazione agli strumenti ritagliati su misura in funzione delle proprie necessità.**

TARGET DI RIFERIMENTO

I servizi relativi alla finanza agevolata sono a disposizione delle PMI nonché degli aspiranti imprenditori.

LINEE DI INTERVENTO

Diffusione, affiancamento, orientamento personalizzato e informazione alle imprese sui temi della finanza agevolata, in particolare attraverso l'utilizzo del Portale Agevolazioni.

Il Portale Agevolazioni intende agevolare l'accesso e l'utilizzo, da parte delle imprese e degli aspiranti imprenditori, delle fonti di finanza agevolata a disposizione, tramite un percorso personalizzato e specializzato per la ricerca di misure ritagliate su misura rispetto a specifici progetti imprenditoriali: un obiettivo strategico per massimizzare le opportunità derivanti dalla finanza agevolata.

Il servizio si articola nelle seguenti macro-fasi:

- *Richiesta di servizio da parte dell'imprenditore*

Per accedere al servizio, l'imprenditore o l'aspirante imprenditore fornisce, tramite gli strumenti digitali messi a sua disposizione, informazioni in merito alle proprie caratteristiche ed esigenze, descrivendo il motivo per cui ricerca le misure agevolative.

- *Invio di informazioni personalizzate (report)*

Sulla base delle informazioni ricevute, la Camera di commercio – tramite l'apposita piattaforma dotata di un esteso database digitale dei bandi disponibili – invia all'utente un approfondito report personalizzato contenente le informazioni salienti sui bandi di potenziale interesse, insieme ad eventuali dettagli integrativi ed ai rimandi alla normativa completa concernente le misure stesse. Un'operazione realizzata tramite canali digitali, secondo un flusso in grado di soddisfare efficacemente le molteplici e diversificate richieste da parte degli imprenditori o degli aspiranti imprenditori utenti del servizio.

Il Portale Agevolazioni comprende un'area digitale ad esclusiva disposizione delle Camere di commercio, al cui interno sono presenti diverse aree di servizio liberamente utilizzabili dal personale camerale, utili sia ad erogare i servizi previsti a favore delle imprese, sia a fruire di servizi dedicati alle Camere di commercio sul tema della finanza agevolata.

I servizi opereranno in complementarità con le piattaforme governative attualmente attive, quali incentivi.gov.it del MIMIT e export.gov.it del MAECI.

Le attività rivolte alle imprese, sia in termini di supporto personalizzato che di divulgazione e formazione diffusa, rivestono un ruolo fondamentale. In particolare: (1) potrà essere attivato un affiancamento *one-to-one* tra l'imprenditore fruitore dei servizi del Portale Agevolazioni ed un esperto, con l'obiettivo di approfondire i bandi individuati in relazione al progetto di sviluppo imprenditoriale; (2) le Camere di commercio potranno attivare percorsi formativi, informativi e divulgativi sui temi e gli strumenti della finanza agevolata a favore delle imprese per un aggiornamento frequente e necessario a favorire l'accesso ad un contesto, quello della finanza agevolata, in continua evoluzione. Le Camere potranno richiedere l'intervento di società *inhouse* del Sistema camerale specializzate su temi economico-finanziari sia per la realizzazione delle attività citate, sia per fornire un supporto concreto al personale camerale nella **fase di**



elaborazione delle richieste ricevute dalle imprese, con particolare riferimento all'individuazione dei bandi e delle informazioni sulle misure agevolative, facilitando una efficace e continuativa evasione delle richieste pervenute. Tale attività di supporto deve essere considerata funzionale ad un progressivo incremento delle competenze e dell'*expertise* del personale camerale sui temi specifici della finanza agevolata.



4. ATTIVITÀ TRASVERSALI

Il progetto dovrà assicurare:

- a) l'utilizzo del **CRM** - nell'ambito delle attività di monitoraggio e valutazione dell'impatto dei progetti finanziati dalla maggiorazione del 20% del Diritto Annuale ogni Camera utilizzi il proprio CRM sia per tracciare le iniziative che per gestire le campagne di comunicazione pre e post erogazione nei confronti delle imprese. L'obiettivo è utilizzare il CRM per:
- creare e gestire campagne mirate per la promozione dei progetti;
 - organizzare e promuovere corsi di formazione, eventi e servizi di consulenza, segnalando all'interno della piattaforma che l'iniziativa rientra tra quelle finanziate dalla maggiorazione del 20% del diritto annuale;
 - monitorare le imprese che hanno richiesto e usufruito di voucher dedicati al progetto, grazie all'integrazione tra il CRM e la piattaforma AGEF;
 - raccogliere informazioni dalle imprese in merito all'impatto di questi progetti attivando canali di raccolta di feedback ad hoc e valorizzando i dati delle attività di rendicontazione previste per i voucher
- b) la **qualificazione delle competenze delle imprese** e, ove opportuno, **del personale camerale** coinvolto nella realizzazione delle attività, al fine di trasferire tutte le conoscenze e competenze tecniche per erogare i nuovi servizi attivati nel triennio. Tali azioni potranno includere: percorsi formativi, iniziative di orientamento e supporto al placement, utilizzo di strumenti digitali, rilascio di attestazioni e certificazioni, collaborazioni con le Università e gli ITS operanti nel settore.

Le linee di intervento saranno finalizzate a favorire l'integrazione dei percorsi formativi con processi strutturati di individuazione, validazione e certificazione delle competenze acquisite, al fine di rafforzare il valore professionale dei lavoratori e sviluppare modelli replicabili, in linea con le esperienze fino ad oggi maturate e con le previsioni del DM n. 115 del 9 luglio 2024, valorizzando il ruolo delle Camere come Enti titolati. In tale prospettiva, particolare attenzione sarà dedicata all'orientamento, alla formazione e alla certificazione delle competenze degli imprenditori, dei lavoratori impegnati negli ambiti aziendali di amministrazione, controllo e finanza e dei professionisti che assistono l'impresa. L'obiettivo è contribuire a costruire e diffondere un sistema di competenze strutturate e sistematiche presso le imprese sui temi economico-finanziari, fondamentali per garantire l'accesso a fonti di finanziamento adeguate e la prevenzione di squilibri che possono portare alla crisi e all'insolvenza. La crescente necessità di figure professionali in possesso di competenze economico-finanziarie specializzate, infatti, rappresenta una sfida cruciale per la competitività delle imprese.

- c) **L'uso delle nuove tecnologie**, sia come supporto operativo alla gestione delle attività progettuali, sia come leva per promuoverne l'adozione da parte delle imprese beneficiarie, ha un ruolo centrale nell'ambito del progetto: l'impiego di strumenti digitali e piattaforme *fintech* innovative nonché una progressiva attività di sviluppo informatico volto al continuo aggiornamento funzionale e contenutistico di tali sistemi rappresenta una direttrice fondamentale del progetto e delle attività ad esso correlate.

Le Camere di commercio avranno a disposizione sistemi digitali realizzati e sviluppati *ad hoc* per permettere una erogazione efficace dei servizi rivolti alle imprese, come nel caso del Portale Agevolazioni: una piattaforma digitale a disposizione delle Camere di commercio comprensiva di un database integrato e continuamente alimentato contenenti i bandi di finanza agevolata consultabili, che le Camere avranno in uso per gestire ed erogare i servizi di orientamento alle imprese stesse, in modo efficace e secondo un flusso di lavoro digitalizzato.



Un elevato contenuto tecnologico caratterizza anche i sistemi digitali di *assessment* finalizzati alla valutazione economico-finanziaria dell'impresa. In tale ambito si prevede l'erogazione di analisi automatizzate e digitalizzate, basate su informazioni e registri pubblicamente disponibili e/o sulle informazioni inserite a sistema dall'imprenditore e realizzate tramite algoritmi e sistemi di analisi allo stato dell'arte della tecnologia.

I servizi finalizzati a diffondere competenze e conoscenze specialistiche sui temi del progetto saranno anch'essi caratterizzati da un elevato contenuto tecnologico: i sistemi di *e-learning* messi a disposizione, ad esempio, prevedono l'impiego delle più recenti tecnologie al servizio della formazione digitale.

Tale sistema di servizi digitali innovativi non è da considerarsi statico: questo sarà infatti aggiornato ed evoluto, conformemente alle esigenze delle imprese e delle Camere di commercio.

- d) Un piano di **comunicazione** che garantisca visibilità e trasparenza alle attività progettuali, in coordinamento con i piani di comunicazione predisposti a livello nazionale, al fine di rafforzarne la diffusione e la riconoscibilità presso le imprese.

Nello specifico, il piano dovrà prevedere i seguenti contenuti:

- Creazione di materiali e contenuti promozionali (es. brochure, spazi web, video informativi ecc.) finalizzati alla promozione e divulgazione presso le imprese dei servizi e delle attività progettuali.
- Attività di promozione e divulgazione dei servizi previsti dal progetto (ad esempio attraverso canali stampa, testate e portali di informazione, social media, forme di promozione online e digitali).
- Redazione di materiali comunicativi sui temi e sui servizi del progetto (ad esempio newsletter, articoli e contenuti informativi).
- Realizzazione di eventi sia in presenza che online finalizzati alla promozione del progetto.

5. RISULTATI ATTESI

Dotare le Camere di commercio di competenze specialistiche di tipo economico-finanziario e aziendali per la costituzione dei Centri di servizi camerali per la finanza d'impresa e la prevenzione delle crisi (CEFIM)

- Acquisire nuovi profili lavorativi quali professionisti senior e figure di supporto tecnico-professionale per il coordinamento e la gestione delle iniziative legate alla finanza d'impresa e alla prevenzione delle crisi.
- Prevedere una specifica formazione rivolta al personale camerale sui temi legati alla finanza d'impresa e alla prevenzione delle crisi.
- Svolgere, tramite il personale camerale competente, attività di promozione in ottica "push" presso le imprese del sistema di servizi digitali per la finanza sviluppato dal Sistema camerale e comprensivo, tra l'altro, delle piattaforme "Libra – Suite Finanziaria", del sistema di *e-learning* "Skill Up" e del "Portale Agevolazioni".

Favorire la diffusione presso le imprese della cultura finanziaria, anche con riferimento alla finanza innovativa, digitale e agevolata e a forme di garanzia

- Realizzare percorsi formativi e informativi per le imprese sui temi della finanza d'impresa con riferimento alle sue diverse declinazioni e agli aspetti più innovativi. Ad esempio:
 - FinTech e nuove forme di finanza complementare/innovativa.
 - Finanza agevolata.
 - Prevenzione delle crisi.



- Accesso al credito.
- Utilizzo delle garanzie dei Confidi.
- Strumenti per la gestione finanziaria dell'impresa.
- Realizzare iniziative di affiancamento e di orientamento personalizzato one-to-one in funzione di esigenze e caratteristiche specifiche di ciascuna impresa.
- Diffondere presso le imprese strumenti digitali *e-learning* tramite la piattaforma Skill Up.
- Erogare voucher/contributi finalizzati a favorire l'accesso delle imprese agli strumenti di finanza innovativa.

Diffondere e promuovere presso le imprese strumenti di *assessment* abilitanti le *best practices* per la prevenzione della crisi d'impresa, il monitoraggio e la valutazione finanziaria, nonché per il miglioramento nei rapporti con le banche altri soggetti finanziari

- Promuovere presso le imprese l'utilizzo degli strumenti digitali di *assessment* disponibili nell'ambito del progetto (Es. piattaforma Libra – Suite Finanziaria).
- Supportare le imprese nell'utilizzo degli strumenti digitali di *assessment* disponibili, anche con riferimento all'attivazione dei servizi e all'inserimento delle informazioni necessarie alla realizzazione delle analisi.
- Realizzare attività di formazione, informazione e affiancamento specializzato sui temi della piattaforma Libra – Suite Finanziaria.

Realizzare e favorire la diffusione di servizi a favore delle imprese sul tema della finanza agevolata

- Diffondere e promuovere presso le imprese i servizi della piattaforma Portale Agevolazioni.
- Promuovere la realizzazione di incontri personalizzati one-to-one per l'approfondimento delle misure agevolative e delle informazioni individuate tramite il Portale Agevolazioni.
- Realizzare percorsi di formazione, informazione, aggiornamento continuo a favore delle imprese sui bandi a disposizione, anche promuovendo la conoscenza dei concetti fondamentali della finanza agevolata.

Utilizzo del CRM

Attivazione e gestione del servizio camerale di certificazione delle competenze

Uso delle nuove tecnologie

Piano di comunicazione

6. BUDGET

Sono rendicontabili:

- i costi di **funzionamento** e del **personale** della CCIAA in una percentuale non superiore al **15%**;
- i costi esterni **funzionali alla realizzazione del progetto**, relativi a:
 - acquisizione di competenze specialistiche in materia di finanza (professionisti senior e figure di supporto tecnico-professionale)



- servizi di affiancamento per le Camere di commercio e le imprese (es: helpdesk, incontri one to one, workshop)
 - formazione del personale (interno ed esterno) impiegato nei CEFIM
 - attività di promozione e comunicazione
 - piattaforme digitali, strumenti di orientamento, di assessment e di formazione e-learning su temi economico-finanziari
 - attrezzature e software
- i costi destinati a **voucher/contributi** destinati alle imprese **esclusivamente** per favorire l'accesso agli strumenti di finanza innovativa