



UNIONCAMERE

**ALLEGATO 1**

**FONDO PEREQUATIVO 2023-2024**

**PROTOTIPI PER I PROGRAMMI DA**

**REALIZZARE**



# PROGRAMMI FONDO DI PEREQUAZIONE 2023-2024

## 1 – LA TRANSIZIONE ENERGETICA

### 1. OBIETTIVI PROGRAMMA

Negli ultimi anni la transizione energetica ha acquisito un ruolo di primaria importanza, con l'obiettivo di perseguire obiettivi di rilevanza strategica nello sviluppo globale e contribuendo in modo sempre più determinante alla definizione degli scenari geo-politici internazionali. Essa, infatti, si propone in primo luogo di mitigare le emissioni di gas serra, in conformità agli impegni assunti nell'ambito degli accordi internazionali per il contenimento dei cambiamenti climatici in atto. Parallelamente, la diversificazione delle fonti energetiche costituisce una leva fondamentale per accrescere la sicurezza dell'approvvigionamento e ridurre la dipendenza dalle risorse fossili, con ripercussioni rilevanti nelle relazioni internazionali e nella tenuta e nello sviluppo delle economie dei singoli paesi.

L'Unione Europea con l'adozione del pacchetto "Fit for 55" mira, entro il 2030, a ridurre le emissioni di gas serra del 55%, ad aumentare la quota di energie rinnovabili al 42,5% e a migliorare l'efficienza energetica del 39%. Il Green Deal Europeo, una parte chiave di questa strategia, punta a rendere il continente climaticamente neutro entro il 2050.

Parallelamente, la tematica della transizione energetica e sostenibile occupa un ruolo prioritario anche a livello nazionale: nel Piano nazionale di Ripresa e Resilienza, la Missione 2 "Rivoluzione verde e transizione ecologica" ha destinato risorse pari a 59,46 miliardi di euro, con l'obiettivo generale di migliorare la sostenibilità e la resilienza del sistema economico, assicurando una transizione equa e inclusiva, contribuendo al raggiungimento degli obiettivi strategici di decarbonizzazione, anche attraverso l'incremento della quota derivante da energia rinnovabile. Le misure PNRR rappresentano - in estrema sintesi - una risposta strutturale ad una maggiore indipendenza ed efficienza dei mercati, tramite lo sviluppo delle rinnovabili e dell'efficienza energetica. Tra le cinque linee di intervento che compongono la Missione 2, l'Investimento 1.2 "Promozione rinnovabili per le comunità energetiche e l'autoconsumo" destina una quota di risorse pari a 2,2 miliardi di euro, da utilizzare nell'arco temporale compreso tra il 2023 ed il 2026. Tale investimento si pone l'obiettivo di installare circa 2.000 MW di nuova capacità di generazione elettrica, in configurazione distribuita da parte di **comunità delle energie rinnovabili e auto-consumatori**,

ovvero **gruppi organizzati di utenti che collaborano tra loro per produrre, consumare e gestire energia pulita attraverso uno o più impianti localmente diffusi**. Ne beneficeranno, in particolare, le amministrazioni pubbliche, le famiglie e le imprese nei Comuni con meno di 5 mila abitanti. La transizione energetica è, infine, un catalizzatore di innovazione e competitività per le importanti connessioni che attiva con la tematica digitale, favorendo il consolidamento del nuovo paradigma produttivo “Industria 5.0”.

**Per supportare le micro, piccole e medie imprese nell'affrontare la “questione energetica”** e, al contempo, cogliere appieno le opportunità di sviluppo ad essa connesse, una delle priorità principali del Fondo perequativo è volta ad aumentare la consapevolezza del sistema produttivo in merito alle possibili alternative all'attuale quadro di approvvigionamento energetico, favorendo forme di autoproduzione e autoconsumo (*prosumer*), incoraggiando interventi di risparmio ed efficienza energetica e sostenendo il ricorso alle energie “pulite” con la nascita delle **Comunità energetiche rinnovabili (CER)**.

L'Unioncamere, con l'assistenza di Dintec, ha avviato attività di informazione e sostegno alla nascita delle CER già dal 2021; tali azioni sono state ulteriormente implementate grazie alla progettualità di sistema del Fondo di Perequazione 21-22 “Transizione energetica”, a cui hanno aderito 20 CCIAA e 8 Unioni regionali. Questa azione di sistema ha consentito nel 2023 di raggiungere dei risultati rilevanti, non solo in termini di creazione di nuove competenze all'interno delle Camere di commercio – **circa 400 funzionari formati** -, ma anche attraverso un'importante attività di informazione e *counseling* sulla Transizione energetica:

- **oltre 100 eventi informativi** per le imprese e gli *stakeholder* territoriali;
- **più di 90 desk di confronto** con esperti sul tema delle CER, dell'efficiamento e del risparmio energetico e degli incentivi per la transizione green;
- **più di 20 Tavoli di progettazione territoriale** avviati con gli *stakeholder* locali;
- **circa 130 use case** con possibili configurazioni “tipo” delle CER applicabili nelle filiere del territorio.

Il 24 gennaio 2024, da ultimo, è entrato in vigore il “**Decreto CER**” che segna il passaggio dal regime transitorio a quello definitivo, fissando le tariffe incentivanti per tutto il territorio nazionale ed il contributo in conto capitale per le CER al di sotto dei 5000 abitanti. Questo passaggio normativo - molto atteso - rende quindi necessario il proseguimento e il potenziamento delle attività già avviate sulla tematica.

## 2. ATTIVITÀ

### Attività centralizzata realizzata da Unioncamere

Per supportare i referenti camerali e soprattutto le imprese con la finalità di fornire informazioni semplici e chiare sulla transizione energetica, garantendo i necessari aggiornamenti alla luce della pubblicazione del Decreto CER dello scorso 24 gennaio 2024, sarà predisposto un aggiornamento del Kit di materiali informativi e promozionali, messi a disposizione nel corso dell'annualità 2021-2022.

**Tali materiali saranno realizzati in linea con le previsioni del Decreto sulle CER ed includeranno approfondimenti in merito al quadro di incentivi per le imprese e ai contributi in conto capitale previsti dall'attuale quadro normativo.**

In particolare, sarà prevista:

- l'aggiornamento del documento tecnico "Guida sulle CER", alla luce delle previsioni normative e delle regole tecniche che saranno pubblicate entro il mese di febbraio 2024;
- la predisposizione di infografiche, brochure per fornire informazioni alle imprese e alle comunità locali su caratteristiche e requisiti degli impianti, convenienza economica, cumulabilità con altri meccanismi di incentivazione, ecc.;
- l'aggiornamento della "pagina informativa" presente sul sito di Unioncamere, nella sezione dedicata al tema Ambiente e CER, in cui saranno inseriti tutti gli aggiornamenti normativi e le informazioni più rilevanti in merito alle attività che l'Unioncamere realizza a livello centrale per promuovere la conoscenza delle CER.

Inoltre, con l'obiettivo di aggiornare i 400 referenti camerali che si sono già formati nella precedente annualità di progetto sulla transizione energetica, sarà realizzato a livello centralizzato un aggiornamento del **percorso info-formativo per il personale camerale** incentrato sui seguenti temi:

- principali caratteristiche delle CER e loro funzionamento (soggetti promotori, beneficiari, operatività etc), alla luce degli aggiornamenti normativi intercorsi;
- piattaforme di simulazione tecnico economica di una CER (es. dati necessari per una simulazione efficace, tipologia di soggetti partecipanti, esito della simulazione e lettura della documentazione conseguente, etc);
- passi operativi per la realizzazione delle CER;
- incentivi e contributi per gli investimenti sulle CER e sulla transizione ecologica, a partire dalle risorse disponibili del PNRR;
- possibili azioni/interventi volti a migliorare l'efficienza energetica nell'ottica di ottimizzazione delle risorse e riduzione dei consumi.

Tale azione sarà finalizzata a potenziare il processo di creazione di conoscenze e nuove competenze del personale camerale (uffici ambiente, personale PID, Uffici promozione, ecc.) sulle tematiche energetiche e sulla transizione ecologica e di creare dei punti informativi territoriali a disposizione delle imprese.

A valle delle attività di formazione saranno realizzate **FAQ da mettere a disposizione degli utenti camerali**.

**Le attività sopra descritte si integreranno con le ulteriori linee di intervento che saranno realizzate, anche attraverso specifici accordi di programma tra Unioncamere e il MASE finalizzati a favorire la conoscenza e la diffusione delle CER sul territorio nazionale.**

### **Attività a livello locale realizzata dalla Camera di commercio**

Le attività previste dal Fondo di perequazione di seguito descritte avranno i seguenti obiettivi:

- rafforzare il ruolo delle Camere di commercio quale attore privilegiato e punto di riferimento del territorio nelle progettualità delle CER e degli utenti in materia di transizione energetica,

- aiutare le imprese a cogliere le opportunità derivanti dalla transizione energetica e dall'uso delle fonti di energia rinnovabile,
- rafforzare la capacità di ascolto e di raccolta delle esigenze delle imprese e degli altri stakeholder del territorio, favorendo l'attivazione di un modello di governance "partecipata" delle comunità energetiche.

Al fine di raggiungere i suddetti obiettivi le Camere di commercio potranno realizzare le seguenti linee di attività:

A. Attività di informazione e formazione per le imprese sulla transizione energetica e, in particolare, sulle Comunità energetiche rinnovabili.

In questa fase saranno organizzati momenti informativi con l'obiettivo di fornire aggiornamenti in relazione allo sviluppo della normativa sulle CER, mettere in evidenza il sistema di incentivi disponibili, presentare use case e *best practice* presenti a livello territoriale e proporre strumenti di accompagnamento alla costituzione delle CER. Gli incontri saranno inoltre l'occasione per informare le imprese del territorio sullo stato dell'arte delle tecnologie e sugli aspetti giuridici legati alla costituzione di una CER. Tutti gli eventi si concluderanno con un momento di dibattito, per rendere l'attività più interattiva e di valore per i partecipanti.

Considerando i target delle CER, sarà importante coinvolgere, oltre alle imprese, i seguenti soggetti a livello locale:

- associazioni di categoria,
- pubbliche amministrazioni locali e, in particolare, i Comuni e le loro associazioni,
- enti del terzo settore/enti religiosi,
- rappresentanti di infrastrutture locali (consorzi industriali, porti, mercati, interporti, ecc.)
- *decision maker*,
- cittadini.

B) Desk tematici di confronto per le imprese e gli stakeholder locali sulla transizione energetica e sulle Comunità energetiche rinnovabili.

In questa fase saranno organizzati **desk di confronto**, in cui sarà possibile far incontrare le imprese e gli altri attori del territorio con **esperti tecnici ed esperti giuridici** sulle CER. Tali desk verteranno su tematiche verticali selezionate dalla Camere e che potranno riguardare i seguenti temi: attivazione di CER, progettazione e dimensionamento degli impianti, incentivi per le CER, efficientamento e risparmio energetico, aspetti giuridici per la costituzione delle CER etc. I desk potranno essere realizzati a conclusione di ciascun incontro informativo (Azione A.) o organizzati come momenti a se stanti.

C) Tavoli di progettazione territoriale. A valle delle attività sopra riportate proseguiranno le riunioni del tavolo di progettazione territoriale (già avviato nella precedente annualità del Fondo di perequazione) partecipato da rappresentanti delle Camere di commercio e dai principali referenti locali, con l'obiettivo individuare e raccogliere i fabbisogni specifici delle imprese e degli altri stakeholder di riferimento (PA, cittadini, ecc.) in materia di avvio di nuove Comunità energetiche. Le istanze emerse all'interno dei singoli Tavoli di progettazione potranno favorire la

**creazione di Comunità energetiche**, laddove i partecipanti saranno concordi nella finalizzazione di tale attività sui territori che insistono sulla area geografica di riferimento (cabina primaria). A tali Comunità potranno prendere parte le stesse Camere di commercio, laddove ritenuto interessante per il progetto territoriale.

D) Creazione di materiale di promozione delle CER. Partendo dai materiali promozionali e tecnici realizzati a livello nazionale, le Camere in questa fase realizzeranno materiali per favorire la conoscenza delle CER (vantaggi, ecc.) e la partecipazione delle imprese a livello locale (pagina sito, newsletter, brochure, ecc.).

#### **Obiettivi minimi di risultato per il complesso delle attività ed azioni progettuali:**

- N° 3 eventi di informazione e formazione per le imprese (con numero di imprese/stakeholder partecipanti totali pari ad almeno n.40 per CCIAA piccola; n.60 per CCIAA media e n.80 per CCIAA grande) sulle CER e sulla transizione energetica.
- Desk tematici per le imprese e gli stakeholder locali sulla transizione energetica e sulle Comunità energetiche rinnovabili:
  - 2 Desk (CCIAA piccole dimensioni), partecipati in totale da almeno n.15 imprese/stakeholder;
  - 3 Desk (CCIAA medie dimensioni), partecipati in totale da almeno n.25 imprese/stakeholder;
  - n.4 Desk (CCIAA e grandi dimensioni), partecipati in totale da almeno n.30 imprese/stakeholder.
- Animazione del Tavolo di progettazione territoriale, attraverso l'organizzazione di almeno 2 incontri (almeno n.10 imprese/stakeholder partecipanti al Tavolo).
- Creazione di almeno un materiale di promozione delle CER (pagina sito, newsletter, brochure, ecc.) per ciascuna CCIAA.

*Nel caso in cui il progetto sia presentato e gestito da una Unione regionale, gli obiettivi minimi del progetto sono la somma di quelli previsti, a seconda della dimensione, per ciascuna Camera di commercio partecipante. Nel caso degli eventi e del Tavolo di progettazione, se organizzati centralmente dall'Unione regionale con una co-organizzazione delle singole Camere, essi concorrono al raggiungimento degli obiettivi minimi di risultato di ciascuna Camera coinvolta.*

**Spesa massima ammissibile per il complesso delle attività e azioni progettuali:**

- 1) CCIAA piccola dimensione (0-75.000 imprese): 30.000,00 euro;
- 2) CCIAA media dimensione (75.000 - 100.000 imprese): 35.000,00 euro;
- 3) CCIAA grande dimensione (oltre 100.000 imprese): 40.000,00 euro;

**Spese ammissibili al finanziamento:**

- Prestazione di servizi (soc. in house, soc. mercato, consulenti, professionisti, enti ed altri organismi, etc), (costi sostenuti per le expertise necessarie per il supporto all'attività promozionale)
- Promozione (costi sostenuti per la diffusione delle iniziative e dei documenti di informazione)
- Altre spese (es.: *Banche dati per la valorizzazione dati economici/energetici, spese di trasferta del personale camerale per la partecipazione ad eventi e riunioni connessi alle attività progettuali.*)

**Ribaltamento della spesa massima ammissibile per le suddette attività, nell'ambito della tipologia di spese ammissibili che la CCIAA può realizzare:**

<b>Tipologia di spesa</b>	<b>Composizione % delle spese</b>
Prestazione di servizi (soc. in house, soc. mercato, consulenti, professionisti, enti ed altri organismi, etc), <i>(costi sostenuti per le expertise necessarie per il supporto all'attività promozionale)</i>	Fino max 70,0%
Attrezzature e software	Fino max 0,0%
Promozione <i>(costi sostenuti per la diffusione delle iniziative e dei documenti di informazione)</i>	Fino max 40,0%
Altre spese (es.: <i>Banche dati per la valorizzazione dati economici/energetici, spese di trasferta del personale camerale per la partecipazione ad eventi e riunioni connessi alle attività progettuali.</i> )	Fino max 10,0%
<b>N° FTE che si prevede di dedicare al programma</b>	.....

**La CCIAA/UR che gestisce il progetto, aderendo al programma Transizione energetica, sottoscrive l'impegno a realizzare le attività proposte e a beneficiare dei servizi/prodotti messi a disposizione dall'Unioncamere.**

**Si impegna altresì a realizzare una indagine di customer satisfaction presso le imprese/utenti beneficiari delle attività progettuali per rilevare il livello di soddisfazione dei servizi ricevuti attraverso il programma del Fondo perequativo, utilizzando gli strumenti di rilevazione messi a disposizione dall'Unioncamere**

**RESPONSABILE DEL PROGRAMMA:**

Nominativo Marco Conte

**REFERENTE OPERATIVO DEL PROGRAMMA:**

Nominativo: Antonio Romeo

*Telefono: 06/47822420*

*E-mail: [romeo@dintec.it](mailto:romeo@dintec.it)*





## PROGRAMMI FONDO DI PEREQUAZIONE 2023-2024

### 2 - COMPETENZE PER LE IMPRESE: ORIENTARE E FORMARE I GIOVANI PER IL MONDO DEL LAVORO.

#### 1. OBIETTIVI PROGRAMMA

*Con la presente progettualità il sistema camerale intende sia rafforzare il proprio ruolo di servizio, mettendo a disposizione dei beneficiari finali ( imprese /aspiranti e neoimprenditori, studenti, lavoratori, inoccupati/disoccupati) veri e propri nuclei di competenza e specializzazione volti a favorire l'acquisizione e il rafforzamento di competenze imprenditoriali e imprenditive, digitali e green, richieste dal mercato del lavoro che irrobustire il processo integrato (già avviato nella precedente annualità) volto alla diffusione e adozione del modello camerale di certificazione delle competenze e allo sviluppo di nuova imprenditorialità grazie al rinnovato supporto del Servizio Nuove Imprese.*

#### *IL MODELLO DI CERTIFICAZIONE DELLE COMPETENZE.*

Unioncamere mira a consolidare il modello di certificazione di parte terza definito dal Sistema camerale con gli stakeholder (associazioni di categoria, Ministeri - in particolare MLPS, MINIT, MIM - reti di scuole, enti di formazione iniziale e continua, studenti e lavoratori), partendo dalla valorizzazione delle esperienze di formazione già realizzate in contesti non formali e informali quali PCTO (Percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento, già alternanza scuola lavoro) oppure esperienze di project work. Questi strumenti rappresentano l'esperienza formativa (co-progettata) per il cui tramite gli studenti fanno esperienza *on the field* e maturano competenze in contesti non formali. Tali esperienze, osservate da esperti di impresa che compilano apposite 'schede delle evidenze osservabili', costituiscono la premessa documentale necessaria per accedere al modello di certificazione camerale e rappresentano un primo passo per l'ingresso nel mondo del lavoro, contribuendo a ridurre il mismatch tra domanda e offerta di lavoro, che vede nella ricerca di candidati con esperienza una delle maggiori componenti.

A fronte di quest'analisi sono quattro sono i pilastri su cui si base l'azione:

- sostegno a un'alleanza istruzione/formazione-lavoro, basata su un modello di collaborazione strutturato tra istituzioni formative e imprese, che fa della qualità dei percorsi lo strumento fondamentale per l'acquisizione di competenze in contesti non formali, ben definite e certificabili con metodologie rigorose;
- certificazione riconosciuta dalle imprese e dal sistema formativo, come un "plus" per il processo di orientamento dei giovani e dei lavoratori e il loro inserimento/reskilling/upskilling lavorativo;
- dimensione nazionale del progetto con definizione di percorsi basati su standard nazionali, come esperienze di formazione di "qualità" svolte in azienda;
- notarizzazione delle competenze acquisite, tramite il rilascio di digital badge con una riconoscibilità crescente da parte degli stakeholder.

Questa attività si integra con quella che le Camere di commercio realizzeranno sui territori attraverso l'incremento del 20% diritto annuale.

*IL NUOVO MODELLO PER IL SERVIZIO NUOVE IMPRESE: AZIONI DI CONSOLIDAMENTO, AFFINAMENTO E MIGLIORAMENTO*

Il programma realizzato a valere sul precedente Fondo di Perequazione 2021-22 ha rinnovato il Servizio Nuove Imprese. Il nuovo programma, FdP 2023-24 è dedicato al *consolidamento, affinamento e miglioramento* dell'impianto progettuale realizzato, in funzione dei fabbisogni di orientamento e formazione all'imprenditorialità e creazione d'impresa emergenti dal primo utilizzo dei servizi erogati in piattaforma agli utenti finali così come dalla condivisione delle riflessioni degli esperti camerale che compongono il gruppo di lavoro nazionale e dei soggetti camerale e delle UR partecipanti al programma.

Alla base di questo ulteriore step di miglioramento dei servizi erogati tramite la piattaforma SNI e sui territori, risiede la volontà da parte del sistema camerale di rispondere all'esigenza di facilitare la nascita di 'buona' imprenditorialità quale principale driver per la crescita economica e per lo sviluppo occupazionale dei territori.

I servizi per creare impresa e lavoro autonomo del network nazionale sono un ambiente collaborativo, dinamico e aperto che a distanza attraverso la piattaforma o in presenza presso le Camere di commercio, mettono a disposizione dei potenziali aspiranti imprenditori programmi e azioni per la sensibilizzazione, l'informazione, il primo orientamento, la formazione, la certificazione delle competenze (cfr. sezione specifica), l'assistenza tecnica, il supporto allo start up e post start up.

I target degli utenti del servizio saranno sia **studenti** frequentanti e **giovani** in uscita da percorsi di istruzione e formazione secondari/terziari e Neet, che **lavoratori dipendenti** che vogliono modificare il proprio stato occupazionale e intraprendere; così come **inoccupati, disoccupati o in cerca di prima occupazione** che considerano l'imprenditorialità per necessità; le **tipologie di azioni condivise e standard offerte dal Servizio Nuove Imprese per gli utenti finali**, saranno identificabili in prima accoglienza/informazione, servizi di base, servizi specialistici.

Parte delle attività saranno dedicate agli **operatori camerale sui territori** con l'intento di riattivare e/o animare la rete di scambio di conoscenze (informazione e formazione tra pari), sviluppare il networking e attivare azioni di formazione e aggiornamento per i nuovi operatori. L'erogazione del servizio per le nuove imprese attraverso la piattaforma digitale servirà a valorizzare il **brand camerale di 'Servizio Nuove Imprese'/PNI** come unitario e diffuso su tutto il territorio attraverso un'apposita campagna comunicativa e a promuovere il

**rafforzamento del network degli stakeholder** (attraverso accordi e convenzioni con partner nazionali come ANCI, Dipartimento delle politiche giovanili e 'Giovani 2030'; Ordine dei commercialisti; Invitalia...).

## 2. ATTIVITÀ

### **Attività centralizzata realizzata da Unioncamere**

#### **AZIONI DI GOVERNANCE: IDEAZIONE, PROGETTAZIONE ESECUTIVA, COORDINAMENTO E MONITORAGGIO DELLE ATTIVITÀ**

L'unità centrale di progetto di Unioncamere, insieme con il 'Gruppo di lavoro per il rilancio del Servizio Nuove Imprese' (composta da Unioncamere e le strutture camerali che nel tempo hanno maturato una specifica e consistente esperienza e competenza in materia di servizi per la creazione e lo start up di impresa come ad es. Agenzia di Sviluppo CH\_PE, ASSRI-Servizi Reali alle imprese\_LE, BergamoSviluppo - BG, Cdc dell'Umbria, di Cosenza, di Foggia, Centro Ligure Produttività - GE, Centro Studi e Servizi\_MA-TI, Fondazione ISI\_TNO, Formacamera\_Roma, Formaper \_MILomb, IFOA, IN.FORMA – Reggio Calabria, PromoFirenze - FI, SI.CAMERA, T2i \_ Ven, ...) e con Dintec, il consorzio per l'innovazione del sistema camerale, specializzata sul tema delle competenze - proseguirà lo sviluppo del modello di servizio già condiviso, perfezionando e affinando i servizi erogati sui nuovi portali camerali per il servizio nuove imprese e la certificazione delle competenze, predisponendo nuovi format di attività, finalizzando specifici prodotti e strumenti, promuovendo una coerente e più intensa azione comunicativa promozionale che, in riferimento ai contenuti tematici, ne evidenzia il valore informativo/divulgativo, esperienziale, formativo e/o di condivisione di buone pratiche a vantaggio di una significativa crescita dei beneficiari finali dei servizi erogati.

Le fasi attuative specialistiche sono precedute e accompagnate da azioni di governance generale che riguarderanno l'ideazione e progettazione esecutiva, il coordinamento e il monitoraggio delle attività. Queste azioni sono finalizzate a sviluppare valore, incrementare l'efficacia degli interventi introdotti, generare un'autentica collaborazione operativa, pur nelle differenti specificità locali, e animare la disseminazione sui territori delle attività realizzate, incisiva nei confronti dei target primari e degli altri stakeholder progettuali.

In materia di **certificazione delle competenze**, Unioncamere ha già sviluppato nelle annualità precedenti accordi di collaborazioni con le Reti di scuole M2A (Meccatronica), Re.Na.I.A (Turismo), TAM (Tessile abbigliamento moda) e Re.N.Is.A. (Agroindustria) e con le associazioni di categoria dei rispettivi settori che hanno portato, con il supporto tecnico e organizzativo di Dintec, allo sviluppo di una strumentazione condivisa composta da:

- individuazione e descrizione di competenze referenziate all'Atlante del lavoro e delle professioni oppure ai Framework europei quali Digicomp 2.2, Greencomp, Entrecomp,
- prototipi progettuali (PCTO o modelli di project work);
- Scheda osservazione delle evidenze da parte delle imprese;
- Sviluppo di una metodologia per la definizione di prove di verifica. Inoltre, è stata sviluppata e rilasciata la piattaforma per gestire il processo di rilascio della certificazione di parte terza (<https://certificacompetenze.unioncamere.it>). A partire da questa linea progettuale Unioncamere si concentrerà sullo sviluppo delle prove di verifica mirate a fornire elementi oggettivi di osservazione delle competenze, evitando che la certificazione si trasformi in una semplice valutazione di conoscenze e abilità decontestualizzate, a valle della raccolta

di documentazione (raccolta in un dossier delle evidenze) attestante e motivante il giudizio espresso in esito alle prove su piattaforma. Le prove riguarderanno 5 settori di interesse: turismo, meccatronica, tessile-abbigliamento-moda, agrario, competenze di cittadinanza per lo sviluppo sostenibile.

Per il 2024 l'attività centrale svolta da Unioncamere riguarderà le seguenti azioni:

### **Azione 1: insediamento di un comitato scientifico**

Il comitato, composto da esperti in tema di metodologie didattiche e metodologie per l'orientamento, avrà il compito di garantire l'affidabilità e robustezza scientifica del servizio e supporterà le attività anche tramite la predisposizione di studi, report e pareri sulle potenziali iniziative di rafforzamento del servizio.

### **Azione 2: Consolidamento del modello e degli strumenti certificazione competenze**

Con riferimento al **turismo** gli interventi riguarderanno ad esempio l'aggiornamento delle prove di carattere pratico, a partire dalle prove. L'obiettivo è predisporre prove che contestualizzino il candidato rispetto a situazioni riprodotte in un modo il più possibile realistico e coerente con le prestazioni lavorative. L'attività si dirigerà verso aspetti legati all'intelligenza artificiale, alla realtà virtuale e aumentata e all'innovazione sociale.

Per quanto riguarda il settore della **meccatronica**, dalla sperimentazione negli anni precedenti è emersa l'esigenza di aggiornare le quindici competenze oggetto di certificazione per un maggiore allineamento ai percorsi formativi.

Per la **moda** saranno aggiornate le competenze precedentemente individuate aggiungendone di nuove in accordo con i principali stakeholder.

Per il percorso **agrario**, l'obiettivo di questa attività è portare a certificazione gli studenti che hanno partecipato alla seconda edizione e valutare assieme alla rete nazionale degli istituti agrari Re.N.IS.A. la riproposizione del percorso per l'anno scolastico 2024-2025, aggiornandone i contenuti. La proposta è quella di standardizzare la formazione, definire un'assistenza nazionale corredata da un coordinamento generale per le Camere di commercio che vorranno investire nel percorso, lasciando alle singole Camere di commercio e alle scuole interessate l'individuazione delle classi e degli studenti da coinvolgere.

Per l'attività di certificazione delle **competenze di cittadinanza per lo sviluppo sostenibile** sarà messa a disposizione la formazione per gli studenti, l'assistenza nazionale per docenti e tutor, il supporto per le Camere di commercio aderenti (con attività di webinar, sessioni di Q&A, supporto diretto, etc.).

### **Azione 3: rilascio attestazioni digitali**

Il servizio di certificazione prevede, a conclusione dei percorsi esperienziali in contesti non formali, il rilascio di digital badge, distintivi digitali utilizzati per comunicare verso terzi le competenze certificate, i percorsi formativi conclusi e altre esperienze educative o professionali.

Unioncamere si attiverà per completare la procedura per il rilascio dei digital badge, prevedendo anche l'integrazione con il portale del sistema camerale per la certificazione delle competenze.

#### **Azione 4: progettazione ed erogazione di un corso di formazione ai funzionari camerali**

Unioncamere organizzerà un percorso di formazione per i funzionari camerali impegnati nel servizio per la certificazione delle competenze a valle di PCTO o percorsi formativi. Il corso verterà sui seguenti contenuti: introduzione ai PCTO e al processo di certificazione delle competenze, la didattica per competenze, le metodologie di valutazione delle competenze, l'orientamento e supporto agli studenti, il processo di certificazione delle competenze.

Sono previsti i seguenti output progettuali:

- AZIONE 1. **insediamento di un Comitato scientifico**
- AZIONE 2. **consolidamento del modello e degli strumenti certificazione competenze**
- AZIONE 3. **rilascio attestazioni digitali**
- AZIONE 4. **progettazione ed erogazione di un corso di formazione ai funzionari camerali**

Per quanto riguarda il programma centralizzato di Unioncamere per il **Servizio Nuove Imprese**, in riferimento a quanto realizzato nella prima annualità di progetto, saranno sviluppate e implementate le seguenti nuove azioni e attività:

- **AZIONE 1. Project management, coordinamento e monitoraggio delle attività**

L'azione 1 sottende la realizzazione progettuale nel suo complesso, prevedendo ideazione, progettazione, elaborazione, monitoraggio, coordinamento e revisione di tutte le sezioni del portale.

- **AZIONE 2. Portale di servizio per l'autoimprenditorialità – Hub SNI**

L'azione 2 prevede un consolidamento tecnico e upgrade gestionale della piattaforma che prevede la revisione analitica delle funzionalità del portale finalizzata ad individuare, progettare e sviluppare migliorie strettamente coordinate con le attività del gruppo di lavoro intercamerale degli esperti.

- **AZIONE 3. Redazione del portale di servizio per l'autoimprenditorialità – Hub SNI**

L'azione 3 si concentra sulla animazione e sviluppo sezione di 'Orientamento e Formazione' della piattaforma SNI, dedicate agli utenti finali e alla community camerale.

- **AZIONE 4. Formazione e team building camerale – Hub SNI**

L'azione 4 mette a punto e realizza un percorso di team building degli operatori camerali, finalizzato costruire una vera community tra pari, capace di far crescere il know-how collettivo e di scambiare la propria esperienza professionale tramite sessioni formative on line e in presenza e l'utilizzo degli strumenti dell'area riservata agli operatori del portale.

- **AZIONE 5. Comunicazione e promozione esterna; attività di placement**

L'azione 5 progetta e realizza l'impianto comunicativo del portale che ha l'obiettivo di far conoscere i servizi, attrarre i potenziali fruitori, sensibilizzare sulle potenzialità di placement dell'autoimpiego e imprenditorialità; mettere a punto azioni per lo sviluppo del placement nell'ottica dell'autoimpiego e del matching domanda-offerta di lavoro per figure professionali qualificate per le quali si registra un'elevata difficoltà di reperimento, anche attraverso la partecipazione ad eventi come festival, fiere, mostre, concorsi, rassegne dedicati all'orientamento, al placement e all'imprenditorialità.

Sono previsti i seguenti output progettuali:

- **AZIONE 1. Project management, coordinamento e monitoraggio delle attività**

Realizzazione di webinar a distanza /in presenza dei responsabili Cdc e UR di progetto; output di documentazione progettuale e reportistica intermedia e finale di monitoraggio degli utenti e di tutte le sezioni della piattaforma e di valorizzazione dei dati di customer satisfaction raccolti; rendicontazione finale delle azioni progettuale.

- **AZIONE 2. Portale di servizio per l'autoimprenditorialità – Hub SNI**

Consolidamento tecnico e upgrade gestionale della piattaforma e sviluppo migliorie, strettamente coordinato con le attività del GdL intercamerale degli esperti riguardanti: l'integrazione tra portale SNI – piattaforma sni-elearning; la sperimentazione utilizzo dell'IA a vantaggio della funzione Esperto Risponde; la ricerca e indicizzazione dei video di storie d'impresa; la restituzione automatizzata dei dati di utilizzo piattaforma SNI e sni.elearning a fini statistici e di riprogettazione/curvatura dell'offerta di servizi e dei dati di *customer satisfaction*; l'erogazione di open badge a completamento della fruizione formativa; la realizzazione di nuovi moduli di self-assessment e orientamento alle competenze manageriali/imprenditive e imprenditoriali, alla autovalutazione del rischio d'impresa; il posizionamento SEO.

- **AZIONE 3. Redazione del portale di servizio per l'autoimprenditorialità – Hub SNI**

Prevede la realizzazione dei nuovi servizi di Orientamento e Formazione: 36 seminari di primo orientamento; 24 seminari specialistici; 100 colloqui di primo orientamento; 130 colloqui *Esperto Risponde*; 3 nuovi percorsi formativi asincroni su tematiche sia trasversali che verticali interessanti per aspiranti e neoimprenditori; 5 percorsi di formazione e assistenza tecnica alla redazione BP live; 1 percorso di formazione e assistenza tecnica alla redazione BP asincrono con erogazione di test di autovalutazione iniziale e proficiency); ulteriori materiali di animazione dell'Area Riservata alla community degli operatori SNI.

- **AZIONE 4. Formazione e team building camerale – Hub SNI**

Realizzazione di 2 sessioni formative livello base e advanced (a distanza e in presenza) per gli operatori camerale SNI (nelle sessioni formative sarà data particolare attenzione all'integrazione con il *Portale Agevolazioni*); rilascio attestato di partecipazione e di Open Badge

su richiesta; partecipazione obbligatoria per l'80% delle ore di formazione totali; realizzazione di 2 webinar di presentazione delle funzionalità della piattaforma SNI hub e e.learning e degli strumenti di integrazione con il SNI territoriale per top management camerale.

▪ **AZIONE 5. Comunicazione e promozione esterna**

Realizzazione di 1 campagna di promozione dei servizi erogati da piattaforma SNI a utenti finali attraverso strumenti di comunicazione innovativi su canali social, emittenti radiofoniche; promozione e/o partecipazione a 3 eventi individuati tra concorsi, festival, fiere, mostre, rassegne ed eventi nazionale dedicati all'orientamento all'imprenditorialità, cultura d'impresa e creazione d'impresa, orientamento e placement con principali destinatari studenti in uscita da scuole secondarie superiori, ITS e Università.

**Attività a livello locale realizzata dalla Camera di commercio**

Sui territori, le Camere che aderiranno all'iniziativa progettuale, saranno chiamate ad attivarsi per condividere informazioni e servizi territoriali con la piattaforma nazionale per l'imprenditorialità, contribuendo al popolamento/animazione e partecipazione attiva delle seguenti sezioni:

**Sezione SNI Territoriali**

- **Revisione e aggiornamento della scheda SNI territoriale** con i propri riferimenti/contatti territoriali (1)
- Caricamento e aggiornamento periodico del **Calendario dell'offerta resa disponibile dallo sportello camerale** per l'imprenditorialità con link alla pagina dedicata sul proprio portale camerale;
- Promozione delle attività della piattaforma SNI nazionale tramite campagne di comunicazione su canali social e network radiofonici locali (da 2 a 6 campagne, in riferimento alla dimensione della camera – P, M, G);

**Sezione NEWS**

- **REDAZIONE NEWS** dai SNI territoriali: caricamento in piattaforma di informazioni, novità, aggiornamenti iniziative, eventi, promozioni inerenti le attività dello Servizio Nuove Imprese camerale (da 20 a 60 news per la durata del progetto, in riferimento alla dimensione della camera – P, M, G);

**Sezione Storie di Nuove Imprese**

- Implementazione dello Storytelling imprenditoriale con link a video di prima informazione e orientamento al fare impresa sulla piattaforma nazionale (da 4 a 8 video, in riferimento alla dimensione della camera – P, M, G);

**Sezione Approfondimenti**

- Popolamento della sezione della piattaforma nazionale SNI con propri materiali di lettura e dispense sul fare impresa come brochure, miniguide, etc.: da 2 a 6 materiali in riferimento alla dimensione camerale)

**Sezione Orientamento e Formazione**

- Azioni di orientamento, sensibilizzazione all'imprenditorialità e promozione del servizio rivolte a studenti, giovani e aspiranti e neoimprenditori, tramite lo sportello fisico che l'hub virtuale della piattaforma nazionale SNI (da 50 a 120 contatti, in riferimento alla dimensione della camera – P, M, G);

**Sezione Area riservata operatori:**

E' richiesto il popolamento, l'animazione o la partecipazione a tutte le attività dei 4 quadranti che compongono l'Area riservata della piattaforma nazionale SNI:

- **Rubrica operatori:** aggiornamento / nuovo inserimento contatti;
- **Materiali Condivisi:** caricamento da 3 a 7 materiali di approfondimento come articoli, saggi, report etc. sui temi della nuova imprenditorialità e creazione d'impresa secondo la dimensione della camera – PMG;
- **Formazione Operatori:** partecipazione ad almeno 1 percorso formativo di livello base o advanced (obbligo di frequenza all'80%); da 1 a 3 operatori in riferimento alla dimensione della camera – P, M, G);
- **Forum:** caricamento e animazione di 3-7 argomenti di discussione interessanti e di aggiornamento per gli operatori SNI, in riferimento alla dimensione della camera.



**Obiettivi minimi di risultato per il complesso delle attività ed azioni progettuali:**

*Individuazione degli obiettivi minimi anche in funzione della dimensione delle CCIAA (fino a 75 mila, da 75 a 100 mila, oltre 100 mila)*

TAB. 3 OBIETTIVI MINIMI DI PROGETTO

DESCRIZIONE delle attività	Obiettivi Minimi	Obiettivi Minimi	Obiettivi Minimi
	Camera PICCOLA	Camera MEDIA	Camera GRANDE
<b>Sezione SNI Territoriali</b>			
<b>PROMOZIONE delle attività della piattaforma SNI nazionale</b> tramite campagne di comunicazione su canali social e network radiofonici locali (da 2 a 6 campagne, in riferimento alla dimensione della camera – P, M, G)	minimo 2 campagne promozionali di cui 1 su canali social e 1 su emittente radiofonica locale	minimo 4 campagne promozionali di cui 2 su canali social e 2 su emittenti radiofoniche locali	minimo 6 campagne promozionali di cui 3 su canali social e 3 su emittenti radiofoniche locali
<b>Sezione NEWS</b>			
<b>REDAZIONE NEWS</b> dai SNI territoriali: caricamento in piattaforma SNI di informazioni, novità, aggiornamenti iniziative, eventi, promozioni inerenti le attività dello Servizio Nuove Imprese camerale	minimo 20 news	minimo 40 news	minimo 60 news
<b>Sezione STORIE di NUOVE IMPRESE</b>			
Implementazione dello <b>Storytelling imprenditoriale</b> su piattaforma SNI con link a video di prima informazione e orientamento al fare impresa (da 4 a 8 video, in riferimento alla dimensione della camera – P, M, G);	minimo 4 video	minimo 6 video	minimo 8 video
<b>Sezione Approfondimenti</b>			
Popolamento della sezione della piattaforma SNI con propri <b>materiali di lettura e dispense</b> sul fare impresa come brochure, miniguide, etc.: da 1 a 3 materiali in riferimento alla dimensione camerale; coerenti con le tematiche di progetto)	minimo 2 materiali	minimo 4 materiali	minimo 6 materiali
<b>Sezione Orientamento e Formazione</b>			

Azioni di orientamento, sensibilizzazione all'imprenditorialità e promozione del servizio rivolte a studenti, giovani e aspiranti e neoimprenditori, tramite lo sportello fisico e l'hub virtuale SNI	minimo 50 utenti in contatto con il SNI	minimo 70 utenti in contatto con il SNI	minimo 120 utenti in contatto con il SNI
<b>Sezione Area riservata operatori della piattaforma SNI</b>			
<b>Materiali Condivisi:</b> caricamento di materiali di approfondimento come articoli, saggi, report etc. sui temi della nuova imprenditorialità e creazione d'impresa	minimo 3 materiali	minimo 5 materiali	minimo 7 materiali
<b>Formazione Operatori:</b> partecipazione ad almeno 1 percorso formativo di livello base o advanced (obbligo di frequenza all'80%); da 1 a 3 operatori in riferimento alla dimensione della camera – P, M, G);	almeno 1 partecipante (frequenza >80%)	almeno 2 partecipanti (frequenza >80%)	almeno 3 partecipanti (frequenza >80%)
<b>Forum:</b> caricamento e animazione di argomenti di discussione interessanti e di aggiornamento per gli operatori SNI.	minimo 3 temi di discussione	minimo 5 temi di discussione	minimo 7 temi di discussione

#### **Spesa massima ammissibile per il complesso delle attività e azioni progettuali:**

1. CCIAA piccola dimensione (0-75.000 imprese): 30.000,00€;
2. CCIAA media dimensione (75.001-100.000 imprese): 35.000,00€;
3. CCIAA grande dimensione (oltre 100.001 imprese): 40.000,00€

#### **Spese ammissibili al finanziamento:**

- Prestazione di servizi, soc. in house, soc. mercato, consulenti, professionisti, enti ed altri organismi ecc. (supporti specialistici in materia di imprenditorialità)
- Attrezzature e software (strumentazioni informatiche e prodotti software utilizzate per il progetto come ad esempio computer, webcam, stampanti, software per la gestione delle attività, delle videoconferenze, piattaforme di e-learning, ecc.)
- Promozione (attività redazionali, organizzazione eventi sul territorio, produzione e diffusione via web e altri media, di comunicati, news, materiali informativi, formativi e prodotti editoriali)
- Altre spese (formazione formatori, canoni, banche dati, spese di trasferta del personale camerale per la partecipazione ad eventi e riunioni connessi alle attività progettuali.)

**Ribaltamento della spesa massima ammissibile per le suddette attività, nell'ambito della tipologia di spese ammissibili che la CCIAA può realizzare):**

<b>Tipologia di spesa</b>	<b>Composizione % delle spese</b>
<b>Prestazione di servizi</b> , <i>soc. in house, soc. mercato, consulenti, professionisti, enti ed altri organismi ecc. (supporti specialistici in materia di imprenditorialità)</i>	Fino max 35,0%
<b>Attrezzature e software</b> <i>(strumentazioni informatiche e prodotti software utilizzate per il progetto come ad esempio computer, webcam, stampanti, software per la gestione delle attività, delle videoconferenze, piattaforme di e-learning, ecc.)</i>	Fino max 15,0%
<b>Promozione</b> <i>(attività redazionali, organizzazione eventi sul territorio, produzione e diffusione via web e altri media, di comunicati, news, materiali informativi, formativi e prodotti editoriali)</i>	Fino max 45,0%
<b>Altre spese</b> <i>(formazione formatori, canoni, banche dati, spese di trasferta del personale camerale per la partecipazione ad eventi e riunioni connessi alle attività progettuali.)</i>	Fino max 30,0%

<b>N° FTE che si presume di dedicare al progetto</b>	
--	--

**RESPONSABILE DEL PROGRAMMA:**

Nominativo

dr. Claudio Gagliardi, ViceSegretario Generale

**REFERENTE OPERATIVO DEL PROGRAMMA:**

Nominativo: dr.ssa Francesca Luccerini

Telefono: 06-4704.271

E-mail: francesca.luccerini@unioncamere.it



# PROGRAMMI FONDO DI PEREQUAZIONE 2023-24

## 3 – INTERNAZIONALIZZAZIONE – PROGETTO SEI

### 1. OBIETTIVI PROGRAMMA

Le crisi ed i continui cambiamenti dello scenario internazionale, dovute a diversi fattori ed alle evoluzioni del contesto geopolitico, hanno determinato un nuovo assetto globale che impone al sistema produttivo non solo nuove sfide, utili per competere al meglio nell'attuale contesto economico caratterizzato dal persistere degli incrementi del costo delle materie prime, dell'energia e delle difficoltà degli approvvigionamenti, ma anche di adeguare il processo produttivo ai paradigmi del digitale e della sostenibilità per favorirne la competitività a livello internazionale. In tale ambito, il sistema camerale nel suo complesso deve proseguire nel sostenere le imprese ed i territori di riferimento per promuovere e per valorizzare le iniziative volte a favorire gli scambi internazionali, anche grazie ad una ulteriore specializzazione sulle tematiche ormai strettamente legate all'internazionalizzazione e di supporto all'export, come le leve del digitale e delle nuove tecnologie (es. intelligenza artificiale) e della sostenibilità (es. criteri ESG).

In questo quadro, Unioncamere, in raccordo con Unioncamere Europa ed in collaborazione con PromosItalia, ha favorito nel corso degli ultimi anni la strutturazione di un servizio di assistenza tecnica al sistema camerale per sfruttare le opportunità derivanti dall'accesso a incentivi, opportunità e strumenti finanziari per l'internazionalizzazione nazionali e comunitari ed alle gare d'appalto europee e internazionali. Nell'ultimo anno - grazie allo sviluppo di un servizio di "Financial Advisory camerale" - tutte quelle relative alle fonti di finanziamento a supporto della competitività e del posizionamento internazionale delle imprese.

Le attività realizzate nell'ambito del progetto SEI, come rilevato dalle stesse Camere di commercio italiane e da quelle italiane all'estero, ci indicano la necessità di proseguire nella definizione di un'offerta di servizi e nella progettazione di modelli di business in linea e aderenti ai fabbisogni delle nostre PMI, sempre nella direzione dell'innovazione e della trasformazione digitale a sostegno dell'export.

Alla luce di quanto premesso, ed in linea con le opportunità derivanti dalla Programmazione Comunitaria 2021-2027 e dal Next Generation EU anche a beneficio delle PMI, le iniziative previste per questa nuova edizione del progetto rispondono ai seguenti obiettivi centrali:

- a) aumentare il numero delle imprese esportatrici e far crescere il volume dell'export italiano, anche nel comparto dei servizi (escluso turismo). A tal riguardo, si intende proseguire nel rafforzamento della rete delle Camere di commercio, elemento imprescindibile in tema di promozione all'estero e supporto all'internazionalizzazione (ai sensi dell'art. 2 lett. d) della legge 580/1993 e s.m.i.), attraverso interventi consolidati ed innovativi (con riferimento al contenuto o alla modalità di erogazione). I servizi del progetto SEI avranno come target principale le MPMI potenziali ed occasionali esportatrici e come obiettivo quello di garantire un servizio di livello omogeneo e standard da parte di tutti i punti del territorio, prevedendo in tal senso percorsi differenziati per aziende con livelli diversi di attitudine e propensione all'export;
- b) incrementare la competitività delle imprese, sia mediante l'orientamento e l'assistenza per vendere all'estero, attraverso le classiche azioni di promozione sin qui utilizzate nell'ambito del progetto; sia sfruttando le potenzialità del digitale e delle nuove tecnologie (es. intelligenza artificiale) e della sostenibilità (es. criteri ESG) a supporto dell'export, rafforzandone, pertanto, le competenze e facilitando altresì le occasioni per l'accesso a incentivi, opportunità e strumenti finanziari per l'internazionalizzazione nazionali e comunitari ed alle gare d'appalto europee e internazionali;
- c) sviluppare competenze specifiche nel sistema camerale in grado di canalizzare ed utilizzare, a vantaggio delle imprese, le opportunità dei Fondi strutturali 2021-2027, dei finanziamenti internazionali e nazionali (ICE, SACE, SIMEST e altre Istituzioni competenti).

Si continuerà a valorizzare la collaborazione con Dintec e con la rete dei PID - in un'ottica complementare e priva di sovrapposizioni - con riferimento al digitale a sostegno dell'export ed al tema della sostenibilità, quali leve per aumentare la competitività internazionale delle imprese. Saranno valorizzate altresì attività, servizi e strumenti delle altre società di sistema, ove di supporto alle varie fasi di progetto sulle tematiche dell'export.

## **2. ATTIVITÀ**

### **Attività centralizzata realizzata da Unioncamere**

#### **1. Scouting, assessment, orientamento e prima assistenza alle imprese potenziali, occasionali ed abituali esportatrici**

- (a) L'attività di scouting, a cura delle CCIAA a livello territoriale, verrà facilitata a livello centralizzato, ma in modo più efficace grazie alla "nuova piattaforma di progetto", che consentirà una *value proposition* più incisiva dei servizi a disposizione delle imprese, così da poter ampliare la base su cui indirizzare le iniziative di orientamento verso i mercati internazionali.
- (b) Attività di formazione per l'internazionalizzazione dedicata alle aziende beneficiarie del progetto, anche con un focus sulle opportunità derivanti dalle gare d'appalto e finanziamenti europei e nazionali, nonché sul tema del digitale e dell'intelligenza artificiale. Il tutto potrà

essere veicolato tramite la classica formula del webinar o pillole formative e short video attraverso la nuova piattaforma di progetto. Le attività formative potranno, altresì, essere differenziate a seconda del livello di propensione all'export delle aziende (sulla base di due cluster che ogni territorio identificherà).

- (c) Rivisitazione degli strumenti di orientamento già disponibili nella piattaforma di progetto con l'introduzione dei tools "Market Selection" e "Market Analysis", utilizzabili a livello territoriale dai funzionari camerale al fine di definire politiche di internazionalizzazione più adeguate ai territori, fornire metodologie comuni di analisi di mercato per le imprese (es. individuazione dei settori a più alta vocazione all'export) e supportare i servizi di orientamento alle imprese nei territori (anche mediante il monitoraggio dell'evoluzione dei mercati e dei principali Paesi competitors in esso operanti ed analisi data driven di benchmark per valutare i propri risultati).

## **2. Organizzazione di servizi di accompagnamento all'estero e assistenza alle imprese per l'utilizzo di servizi specialistici**

- (a) Rivisitazione degli strumenti già disponibili nella piattaforma di progetto - in particolare dei tools "Piani Export" e assessment utilizzabili a livello territoriale dal personale camerale ai fini delle azioni di sviluppo della strategia di internazionalizzazione delle imprese.
- (b) Predisposizione di servizi di base per facilitare, ad esempio, l'accesso alle gare d'appalto europee, in termini di formazione e tutoring sullo strumento di assessment. Alcuni servizi specialistici saranno distinti per settori merceologici e per mercati target delle principali gare d'appalto europee.
- (c) Sviluppo e implementazione del servizio di "Financial Advisory" in termini di predisposizione di sessioni informative e formative per il network camerale e per le imprese; elaborazione di dossier informativi sulle opportunità derivanti dai finanziamenti europei, nonché dalla finanza per l'internazionalizzazione; predisposizione di uno strumento di assistenza e relativo tutoring. Inoltre, si definirà un format di servizi a disposizione del network camerale per l'assistenza tecnica nell'analisi di bandi, di assessment e predisposizione e impostazione di proposte progettuali, etc.
- (d) Predisposizione di format di attività di promozione relativa a prodotti e territori (azioni di "incoming diffusa" anche in ottica di attrattività).

## **3. Helpdesk Sostegno all'Export**

Si tratta di uno sportello permanente di assistenza alle CCIAA sui problemi di natura legale, doganale, contrattuale, fiscale legati al commercio con l'estero. Il servizio si arricchirà di una sezione FAQ che raccoglierà le risposte ai quesiti più frequenti, messi a disposizione del network camerale nella nuova piattaforma di progetto.

Inoltre, in coerenza con le tematiche avviate nell'ambito del Progetto SEI, l'Helpdesk potrà fornire un supporto e un'assistenza in tema di gare d'appalto europee e finanziamenti internazionali e nazionali.

## **4. Sviluppo della Piattaforma del Progetto SEI**

Rivisitazione della piattaforma del Progetto SEI anche in un'ottica di renderla sempre più anche uno spazio di condivisione di contenuti e di erogazione di servizi, e di rappresentare, quindi, un punto di riferimento per le imprese interessate a internazionalizzarsi. La piattaforma, inoltre, potrà risultare funzionale ai fini della promozione del progetto a livello istituzionale e strategico, ad esempio nella fase di individuazione e di coinvolgimento di nuove imprese.

## **5. Valorizzazione della produzione agroalimentare autentica e di qualità**

Realizzazione di azioni di incoming nel settore agroalimentare (che prevederanno la realizzazione di due iniziative per un totale di un massimo di 4 tappe sul territorio nazionale). Ciò consentirà alle imprese di presentare i loro prodotti e le eccellenze dei territori ad un elevato numero di buyer, preventivamente identificati da PromosItalia. Inoltre, con il supporto di Assocamerestero, si procederà all'individuazione di Paesi/Mercati prioritari, maggiormente in grado di apprezzare il valore aggiunto e le potenzialità del nostro Made in Italy, anche alla luce di recenti indagini condotte sul tema. Verranno, altresì, realizzati focus sul settore della ristorazione italiana nel mondo, quale strumento e veicolo per promuovere l'autenticità e la qualità della filiera dell'agrifood italiano.

## **6. Promozione e comunicazione del progetto SEI**

Saranno potenziate le attività di comunicazione, promozione e diffusione delle attività progettuali con un piano volto a favorire ulteriormente l'adesione alla piattaforma del progetto ed a diffondere le attività, i contenuti e i risultati del Progetto SEI che rappresenta l'impegno prioritario del sistema camerale sull'internazionalizzazione.

Sarà, inoltre, monitorato a livello nazionale l'avanzamento del progetto ed il raggiungimento degli obiettivi, in termini soprattutto di numeri di nuove imprese potenziali, occasionali ed abituali esportatrici avviate e preparate ad attività dirette sui mercati esteri.

## **7. Formazione *executive* per i funzionari camerali**

Il percorso formativo dedicato ai funzionari camerali verrà rafforzato e al tempo stesso modulato con una frequenza tale da renderne possibile la più ampia partecipazione e parallelamente allo svolgimento delle attività ordinarie. Esso sarà, altresì, maggiormente focalizzato su temi specialistici (sia attraverso webinar che in presenza e mediante l'utilizzo di strumenti molto apprezzati nelle precedenti annualità come i project work). Inoltre, esso sarà finalizzato a rafforzarne ed approfondire, a livello specialistico, la capacità di ascolto, avvio ed assistenza sul tema dell'export. In particolare, alcuni appuntamenti formativi verranno dedicati al tema dei finanziamenti e delle opportunità per l'internazionalizzazione e su tematiche di interesse per la rete come l'intelligenza artificiale, il digitale, la sostenibilità, etc.

## **Attività a livello locale realizzata dalla Camera di commercio**

### **1. Scouting territoriale**

Ridefinizione delle aziende target del Progetto SEI (attraverso la sistematizzazione e scrematura dei contatti già avviati nelle precedenti edizioni, aziende cessate o non interessate) ed, al contempo, individuazione e profilazione (attraverso un'azione di scouting e fusione con gli elenchi utilizzati da ciascun punto del network) delle nuove imprese da aggregare al Progetto SEI (coinvolgendo in linea con le passate edizioni i settori ad alto contenuto tecnologico e sfruttando le potenzialità nel settore servizi).

Sulla base dell'esperienza delle precedenti annualità, tale attività verrà portata avanti dalle singole Camere di commercio con gli strumenti a loro disposizione (Registro imprese, CRM, banche dati export e altre banche dati) e tenuto conto della rivisitata piattaforma di progetto che rappresenterà lo strumento per raccogliere e profilare nuove imprese in modo standardizzato su tutti i territori.

## **2. Iniziative di assessment, orientamento e prima assistenza alle imprese**

A seguito delle azioni di scouting, le Camere proporranno specifiche azioni di assessment ed orientamento alle imprese volte anche all'individuazione dei mercati potenzialmente più adatti ai profili delle stesse, in linea con i compiti attribuiti dalla legge alle CCIAA. Tra queste:

- confronto operativo con le imprese (attraverso incontri e colloqui in presenza o a distanza individuali o per gruppi ristretti) per una prima valutazione dei fabbisogni, degli orientamenti e delle potenzialità di proiezione all'estero (ad es. export check-up e somministrazione dell'export readiness assessment e degli altri strumenti di assessment a disposizione nella piattaforma di progetto);
- analisi dell'interscambio relativo ai principali target delle imprese individuate, per tipologia di prodotto con evidenziazione dei mercati a più alta potenzialità attraverso la strumentazione messa a disposizione nella piattaforma di progetto (ad es. utilizzando gli strumenti di market selection, market research, reporting tool e analytics e dei nuovi strumenti di analisi che potranno essere introdotti nella piattaforma).

Sulla base delle competenze e delle strumentazioni fornite dal Progetto SEI, i funzionari camerale svilupperanno attività di orientamento, sensibilizzazione e formazione delle imprese, inclusa una valutazione dell'interesse e delle effettive capacità e potenzialità di presenza all'estero (assessment), così da impostare programmi di intervento specifici e diversificati, tenuto conto del livello di maturità e propensione all'export delle imprese, dei mercati target e delle diverse strategie di promozione internazionale (b2b, b2c, b2g, in modalità tradizionale o digitale, etc.).

Ulteriori attività potranno essere previste a sostegno delle imprese intenzionate ad ampliare gli sbocchi di mercato, con riguardo agli strumenti di facilitazione delle gare d'appalto europee e dei finanziamenti per l'internazionalizzazione.

## **3. Assistenza alle imprese per l'utilizzo dei servizi specialistici finalizzati ad avviare o rafforzare la presenza all'estero**

Per le imprese che saranno ritenute pronte, anche a seguito dei servizi di assessment, formazione/informazione e prima assistenza del Progetto SEI, le Camere potranno erogare servizi specialistici per avviare o rafforzare/ampliare la presenza all'estero attraverso le modalità utilizzate nella scorsa annualità.

Per tutte le imprese coinvolte in questa fase è importante la predisposizione di "piani export" utili a delineare una strategia di sistema coerente in materia di internazionalizzazione, nonché realizzata in modo standardizzato da parte di ciascun punto del network attraverso:

- un'analisi sui mercati a più alta potenzialità per il prodotto/servizio dell'azienda;
- un piano d'azione concreto che rispecchi una strategia coerente per l'impresa.

Tenuto conto degli esiti delle attività svolte ed in linea con il ruolo svolto dalle CCIAA sul tema dell'internazionalizzazione, per le imprese già "pronte" e per cui sia stato già predisposto un "piano export", la CCIAA potrà proporre degli specifici format di servizi di accompagnamento all'estero per azioni comuni a più imprese o anche progettualità rivolte a più territori, attraverso iniziative locali a carattere regionale o di sistema o proposti dagli altri attori del Sistema Italia.



L'attività di accompagnamento all'estero potrà essere promossa attraverso percorsi di B2B, anche in modalità digitale, se richiesto, e percorsi di digit-export, laddove inerenti al profilo ed ai fabbisogni dell'impresa.

Tutte le attività dovranno essere quanto più possibile complementari e sinergiche a quanto realizzato dai diversi attori del sistema pubblico per la promozione all'estero (ICE, CDP, SACE) oltre che della rete delle CCIE ed EEN.

#### **Obiettivi minimi di risultato per il complesso delle attività ed azioni progettuali:**

1) Realizzare attività di supporto e assistenza all'export mediante i diversi strumenti esistenti (b2b, eventi di business, fiere, ecc.) per almeno:

- **n. 5 imprese per le CCIAA di piccola dimensione** (sino a 75.000 imprese);
- **n. 8 imprese per le CCIAA di media dimensione** (da 75.000 a 100.000 imprese);
- **n. 12 per le CCIAA di grande dimensione** (oltre 100mila imprese).

*(Le imprese orientate e coinvolte in un'attività di promozione dovranno aver ricevuto una attività preparatoria standardizzata attraverso un Piano export antecedente non oltre 24 mesi rispetto all'attività di accompagnamento).*

2) Ampliare la platea di beneficiari, coinvolgendo **nuove imprese** in attività di prima assistenza e orientamento per almeno:

- **n. 8 imprese per le CCIAA di piccola dimensione;**
- **n. 12 imprese per le CCIAA di media dimensione;**
- **n. 15 per le CCIAA di grande dimensione.**

*(Le imprese dovranno essere profilate sulla piattaforma del progetto).*

#### **Spesa massima ammissibile per il complesso delle attività e azioni progettuali:**

1) CCIAA piccola dimensione (0-75.000 imprese):

2) CCIAA media dimensione (75.000 - 100.000 imprese):

3) CCIAA grande dimensione (oltre 100.000 imprese)

**Spese ammissibili al finanziamento:**

- 1) Prestazione di servizi da società in house, società di mercato, consulenti, professionisti, enti ed altri organismi, etc, in materia di sostegno all'export delle imprese per assistere le CCIAA nella realizzazione delle attività progettuali, in particolare analisi, studi e ricerche di mercato;
- 2) Attrezzature e software, per realizzazione o utilizzo di piattaforme digitali per sostegno alle imprese nelle loro attività di internazionalizzazione;
- 3) Promozione per realizzare sessioni di formazione specifica, eventi e webinar promozionali, comunicazione a supporto della profilazione delle imprese;
- 4) Altre spese per acquisto banche dati, interpretariato per incontri con esperti e delegazioni estere, spese di trasferta del personale camerale per la partecipazione ad eventi e riunioni connessi alle attività progettuali.

**Ribaltamento della spesa massima ammissibile per le suddette attività, nell'ambito della tipologia di spese ammissibili che la CCIAA può realizzare:**

<b>Tipologia di spesa</b>	<b>Composizione % delle spese</b>
<i>Prestazione di servizi (soc. in house, soc. mercato, consulenti, professionisti, enti ed altri organismi, etc), in materia di sostegno all'export delle imprese per assistere le CCIAA nella realizzazione delle attività progettuali, in particolare analisi, studi e ricerche di mercato</i>	Fino max 80,0%
<i>Attrezzature e software (utilizzo di piattaforme digitali per sostegno alle imprese nelle loro attività di internazionalizzazione)</i>	Fino max 10,0%
<i>Promozione (formazione specifica, eventi e webinar promozionali, comunicazione a supporto della profilazione delle imprese)</i>	Fino max 40,0%
<i>Altre spese (es.: acquisto banche dati, interpretariato per incontri con esperti e delegazioni estere, spese di trasferta del personale camerale per la partecipazione ad eventi e riunioni connessi alle attività progettuali.)</i>	Fino max 10,0%

<b>N° FTE che si prevede di dedicare al programma</b>	.....
---	-------

**La CCIAA/UR che gestisce il progetto, aderendo al programma Internazionalizzazione, sottoscrive l'impegno a realizzare le attività proposte e a beneficiare dei servizi/prodotti messi a disposizione dall'Unioncamere.**

**Si impegna altresì a realizzare una indagine di customer satisfaction presso le imprese/utenti beneficiari delle attività progettuali per rilevare il livello di soddisfazione dei servizi ricevuti attraverso il programma del Fondo perequativo, utilizzando gli strumenti di rilevazione messi a disposizione dall'Unioncamere**

**RESPONSABILE DEL PROGRAMMA:**

Nominativo: Pietro Infante

*Telefono: 064704559*

**REFERENTE OPERATIVO DEL PROGRAMMA:**

Nominativo: Enrica Tozzi

*Telefono: 0677713300*

*E-mail: [nuoveiniziative@unioncamere.it](mailto:nuoveiniziative@unioncamere.it)*

*e.tozzi@sicamera.camcom.it*



# PROGRAMMI FONDO DI PEREQUAZIONE 2023-2024

## 4 - SOSTEGNO DEL TURISMO (PROGRAMMA REGIONALE)

### 1. OBIETTIVI PROGRAMMA

Il programma per il sostegno del turismo punta a consolidare il ruolo del sistema camerale nell'analisi sull'economia del settore e a valorizzare ulteriormente le iniziative avviate dalle Camere di commercio per l'attrattività dei territori e delle destinazioni turistiche. A tale scopo, sono state definite le seguenti 3 linee di attività:

1. **estendere e consolidare il programma nazionale di ricerche e quello di analisi sulle economie locali del turismo per rafforzare il ruolo delle Camere di commercio a sostegno delle imprese turistiche** attraverso l'investimento nella formazione dei funzionari camerale per migliorare l'analisi dei prodotti turistici nei territori regionali e per l'utilizzo delle più moderne metodologie di analisi dell'impatto economico degli eventi che caratterizzano l'offerta turistica locale;
2. **sostenere la capacità delle Camere di commercio nell'analizzare il livello di sviluppo delle destinazioni turistiche** impostando nuove progettualità ad esse dedicate, anche nell'ottica della sostenibilità. Vanno, altresì, proseguite le attività di trasferimento delle competenze (capacity building) per la crescita di impresa, concentrando gli interventi sui fabbisogni delle destinazioni turistiche;
3. **favorire gli interventi promozionali per la qualificazione della filiera e delle destinazioni turistiche** valorizzando con il rating Ospitalità Italiana anche i circuiti e gli eventi turistici, culturali e sportivi e, in generale, gli strumenti promozionali delle destinazioni turistiche che verranno inseriti nella piattaforma dell'Ospitalità Italiana.

## 1. ATTIVITÀ

### Attività centralizzata realizzata da Unioncamere

#### **1. Consolidare le attività di osservazione economica a beneficio delle imprese e dei territori**

Il consolidamento dell'Osservatorio sull'economia del turismo del sistema camerale passa attraverso la prosecuzione dell'integrazione delle risultanze delle attività di monitoraggio realizzate a livello centrale con quelle realizzate nei vari ambiti territoriali, conseguendo un approccio "federato" nelle analisi dei fenomeni turistici. Questo permette la realizzazione di un articolato Programma di ricerche nazionale e locale che vede la strutturazione dell'impianto di osservazione basata sui fondamentali dell'analisi economica: la domanda e l'offerta di mercato. Le indagini sulla domanda, con particolare riferimento alla spesa e al comportamento dei turisti, rappresentano un filone strategico di analisi economica e territoriale realizzata in questi anni dal sistema camerale. Una metodologia che si è caratterizzata per la possibilità di integrare le indagini svolte a livello centrale con i risultati delle indagini territoriali realizzate grazie ai sovra-campionamenti locali del campione di osservazione nazionale.

L'attività a livello centrale prevede, dunque, da un lato, la realizzazione di un report economico nazionale da mettere a disposizione delle Camere di commercio e, dall'altro lato, il proseguimento dell'attività di assistenza alle Camere di commercio e alle Unioni regionali, anche attraverso focus group, per la lettura condivisa dei dati turistici con gli stakeholder, funzionale all'attività di analisi economica dei singoli territori.

Tale programma di lavoro sarà realizzato attraverso i seguenti step:

1.1 attivazione dei due macro-filoni di indagine che costituiscono il *core* delle analisi socio-economiche del turismo in Italia, ossia:

- due indagini dirette alla domanda che avranno luogo nei due momenti di picco stagionale del turismo (una in estate e una in inverno) e coinvolgeranno i turisti italiani e stranieri che soggiornano in Italia. Le informazioni permetteranno di rilevare i comportamenti turistici e di consumo (spesa e abitudini) dei turisti e le ricadute economiche sul territorio;
- tre indagini alle imprese per il monitoraggio dell'offerta che si svolgeranno in tre periodi dell'anno (una ogni quadrimestre) e saranno rivolte ad un campione di imprese ricettive italiane per verificare l'andamento delle vendite, le prenotazioni per i mesi successivi alla rilevazione, le caratteristiche della clientela, i mercati di interesse, le principali esigenze e le problematiche segnalate dal sistema delle imprese.

I risultati dei due filoni di indagini - che possono vantare dati esclusivi (es. confronti temporali, identikit del turista e spesa media dei vacanzieri che alloggiano sia in strutture ricettive che in abitazioni private, ecc.) - confluiranno nell'ecosistema digitale alla base dell'Osservatorio sull'economia del turismo delle Camere di commercio e dei sistemi di monitoraggio dello stato di salute delle destinazioni turistiche, ecosistema Stendhal;

1.2 formazione dei responsabili camerale per l'utilizzo degli strumenti di analisi dell'economia del turismo. Viste le novità introdotte nell'ecosistema Stendhal, proseguirà l'attività di formazione all'utilizzo efficace della piattaforma, in tutte le sue possibilità di navigazione ed incrocio di dati statistici ed informazioni quali-quantitative, inclusa la sperimentazione della tenuta statistica delle nuove analisi di tipo predittivo, a beneficio dei responsabili del turismo delle Camere di commercio;

1.3 promozione delle nuove metodologie di analisi sui prodotti turistici italiani (termale, balneare, montano, naturalistico, ecc.) fornendo assistenza ai sistemi camerale regionali per realizzare degli incontri con gli stakeholder locali per la lettura condivisa dei dati sui prodotti turistici funzionali all'analisi del loro peso economico sulla filiera locale.

*Prodotti/servizi realizzati per le CCIAA/UR:*

- ✓ Report con analisi dei risultati delle indagini nazionali e relativa nota metodologia;
- ✓ Formazione dei responsabili camerale sul Data explorer di Stendhal attraverso l'organizzazione di webinar a livello regionale;
- ✓ Format per la realizzazione - a livello regionale - dei focus group con gli stakeholder per analisi condivisa sui prodotti turistici regionali;
- ✓ Inserimento dati e informazioni prodotte a livello territoriale nell'ecosistema Stendhal.

## **2. Favorire lo sviluppo delle destinazioni turistiche attraverso modelli di analisi innovativi**

Le attività sono orientate a capitalizzare i risultati derivati dalle azioni condotte nelle annualità precedenti per lo sviluppo e la valorizzazione delle destinazioni turistiche, anche grazie alle potenzialità dell'ecosistema digitale Stendhal ultimato nel 2023, che ha al proprio interno una funzionalità (Data for destination) che consente di affrontare in modo nuovo tale analisi. La funzionalità è denominata Data for destination e offre 4 tool di analisi: Assessment (analizza potenziale e posizionamento competitivo della destinazione), Sentiment (verifica la percezione che i turisti hanno avuto nel corso della vacanza), Branding (valuta la forza e la rappresentazione del brand di una destinazione turistica attraverso i media), Sustainability (verifica l'impatto ambientale, sociale ed economico dei fenomeni turistici).

Nella loro complessità i 4 tool sono in grado di 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 camerale a supporto del turismo.

In questo filone di lavoro sono dunque previste 3 azioni che utilizzano tali metodologie:

- 2.1 attivazione di percorsi per la crescita delle capacità di analisi e di progettazione dei funzionari camerale attraverso lo studio comparato delle destinazioni turistiche dell'ambito regionale di riferimento. Si tratta di dare avvio ad un programma di medio periodo che porti il personale camerale ad acquisire dimestichezza e consapevolezza delle possibilità di intervento che possono essere realizzate nelle singole destinazioni turistiche. Verranno avviati percorsi di analisi partecipata, dei veri e propri laboratori di ricerca e di progettazione che definiranno anche i fabbisogni riscontrati nelle destinazioni turistiche. I laboratori, strutturati a livello regionale, dovranno anche cimentarsi con la progettazione di nuovi interventi utilizzando le funzionalità della terza sezione di Stendhal, Data for project;
- 2.2 prosecuzione delle attività di trasferimento delle competenze fornendo alle Camere di commercio il supporto per definire gli interventi di capacity building - da effettuare attraverso la Tourism Lab Academy strutturata da Isnart - sulla base del fabbisogno formativo emerso attraverso l'analisi del posizionamento competitivo delle destinazioni turistiche così da calare le attività di accrescimento delle conoscenze sulle effettive necessità delle imprese che operano nelle destinazioni;

2.3 promozione degli interventi di governance del turismo aiutando le Camere di commercio che decidono di porsi come parte attiva nella individuazione e costituzione di un sistema di governo della destinazione. Utilizzando i gruppi di imprese mobilitati nel corso del 2023 per la definizione del Piano di intervento sulle destinazioni turistiche, a livello centrale, sarà fornito il supporto alle Camere di commercio che volessero cimentarsi con le pratiche di aggregazione di imprese del comparto turistico nel costituirsi come DMC, PMC, Club di prodotto per arrivare anche alle modalità per la strutturazione di una DMO o di altri sistemi di governance come le OGD (Organizzazioni di Gestione della Destinazione).

*Prodotti/servizi realizzati per le CCIAA/UR:*

- ✓ Assistenza per lo sviluppo delle attività di analisi partecipata e laboratori di progettazione;
- ✓ Format per seminari/webinar per l'attività di trasferimento delle competenze;
- ✓ Assistenza alle Camere di commercio impegnate nella strutturazione di sistemi di governo delle destinazioni.

### **3. Promuovere la qualificazione della filiera**

Sul versante della qualificazione di filiera, saranno resi disponibili gli strumenti per riconoscere il grado di Ospitalità Italiana che le imprese riescono ad esprimere e sarà fornito alle Camere di commercio il supporto per accompagnarle nel percorso di crescita verso la qualificazione. Parallelamente, saranno strutturate nuove regole per la valutazione della qualità dei circuiti turistici (itinerari, cammini, eventi, etc.) e supportate le Camere nell'attività di istruttoria per l'attribuzione del rating Ospitalità Italiana anche a tali circuiti.

*Prodotti/servizi realizzati per le CCIE:*

- ✓ Assistenza alle Camere di commercio impegnate nelle attività di qualificazione.

### **4. Animazione della rete dei ristoranti italiani nel mondo**

La rete "Ospitalità Italiana" dei ristoranti italiani nel mondo deve essere costantemente animata per poter essere utilizzata quale strumento di valorizzazione delle produzioni alimentari e artigianali e delle destinazioni turistiche italiane, a disposizione di quanti (amministrazioni centrali e regionali) sono impegnati nella diffusione del Made in Italy all'estero. A tal fine, occorrerà portare avanti le attività necessarie a garantire la diffusione della distinzione Ospitalità Italiana (oramai presente anche presso le pizzerie e le gelaterie italiane all'estero), assicurandone sia la segreteria tecnica che il supporto alle attività di verifica realizzate dalle Camere di commercio italiane all'estero presso le strutture aderenti.

*Prodotti/servizi realizzati per le CCIE:*

- ✓ Assistenza alle CCIE impegnate nel programma di valorizzazione della rete dei ristoranti italiani nel mondo

### **Attività a livello locale realizzata dalle Unioni regionali/Camere di commercio**

#### **1. Consolidare le attività di osservazione economica a beneficio delle imprese e dei territori**

Le attività sono da realizzare su un livello regionale. Pertanto, le Unioni regionali, le Camere di commercio in associazione tra loro a livello regionale o le Camere di commercio uniche di livello regionale, per dare corposità e forza all'impianto analitico, sulla base degli strumenti e dell'assistenza forniti da Unioncamere, dovranno realizzare il Programma di ricerche locale. Il Programma nazionale verrà infatti integrato con sovra campionamenti di indagine svolte a livello locale, così da far crescere la "funzione federata" di Stendhal, chiamata a fornire elementi di analisi e approfondimenti dei fenomeni turistici nei singoli territori, andandosi ad integrare con i dati e le analisi svolte a livello locale anche da altri organismi, in particolare le Regioni, con le quali occorre attivare e/o proseguire le alleanze e collaborazioni, dando concreta attuazione al disposto del Protocollo d'intesa stipulato tra l'Unioncamere e la Conferenza delle Regioni.

A tale scopo, le fasi di lavoro di tale linea di attività sono:

- 1.1 attivazione di indagini territoriali ad hoc rivolte ai turisti che consentano di evidenziare le caratteristiche del/dei turismo/i sui territori, utilizzando l'impianto metodologico adottato da Unioncamere per le indagini di livello nazionale. Le indagini territoriali possono essere realizzate attraverso dei sovra-campionamenti locali del campione di osservazione nazionale. I sovra campionamenti permetteranno analisi di approfondimento prioritariamente articolate attorno ai territori già identificati nelle precedenti annualità del fondo e/o su particolari eventi di interesse nell'ambito della strategia promozionale del territorio;
- 1.2 partecipazione ai seminari/webinar formativi attivati dal livello centrale per approfondire l'utilizzo dell'ecosistema Stendhal alla base dell'Osservatorio economico sul turismo;
- 1.3 realizzazione - sulla base del format fornito da Unioncamere - degli incontri con gli stakeholder locali per l'analisi sui prodotti turistici regionali (ad es., balneare, montano, lacuale, termale, naturalistico, ecc.). A tale scopo, attraverso il tool Data explorer di Stendhal, saranno messi a disposizione dati e analisi sui prodotti turistici da portare all'attenzione degli stakeholder locali per l'analisi condivisa e lo studio dell'andamento dei prodotti e del loro peso economico sulla filiera locale. In questo contesto sarà sperimentato l'utilizzo della terza sezione di Stendhal denominata Data for project, che può consentire di simulare il posizionamento dei prodotti turistici messi sotto esame.

*Prodotti/servizi che le CCIAA/UR dovranno realizzare:*

- ✓ Indagini dirette ai turisti e alle imprese con metodologia fornita dall'Unioncamere e sovra campionamento statisticamente significativo;



- ✓ Report dati in formato excel per l'alimentazione dell'ecosistema digitale;
- ✓ Report di analisi economico-territoriale (almeno 1) contenente i risultati delle indagini di livello territoriale, con eventuale approfondimento tematico relativamente ad un prodotto turistico;
- ✓ Attività di raccordo con le Regioni;
- ✓ Partecipazione alla formazione sulle metodologie di utilizzo dell'ecosistema digitale;
- ✓ Realizzazione di almeno 1 incontro con il coinvolgimento di almeno 10 stakeholder per formulare analisi condivise di trend e posizionamento del prodotto turistico locale rispetto le aree competitor.

## **2. Favorire lo sviluppo delle destinazioni turistiche attraverso modelli di analisi innovativi**

Le attività sono da realizzare su un livello regionale. Le Unioni regionali/Camere capofila e/o di livello regionale, saranno chiamate ad accrescere – attraverso l'utilizzo del Data for destination – le proprie capacità progettuali per valutare il livello di sviluppo delle destinazioni turistiche e promuovere relativi modelli di intervento. Le azioni da realizzare su questa linea sono:

- 2.1 partecipazione dei funzionari camerale ai laboratori di co-progettazione attivati dal livello centrale per l'analisi e la definizione del posizionamento competitivo delle destinazioni turistiche. Tutto ciò, al fine analizzare il posizionamento di mercato e quindi, individuare gli ambiti su cui puntare da subito per poter promuovere la singola destinazione (e su cui le Camere potranno utilizzare anche il finanziamento del 20%) e quali interventi mettere in atto, in collaborazione con gli stakeholder che su quella destinazione insistono per intervenire sulle situazioni di maggiore fragilità che ne frenano lo sviluppo;
- 2.2 organizzazione dei percorsi di assistenza alle imprese (in modalità webinar), con attività di trasferimento delle competenze (capacity building), concentrando gli interventi di coaching sulle necessità riscontrate attraverso l'analisi del posizionamento competitivo della destinazione anche in un'ottica di sostenibilità;
- 2.3 Sostegno alla partecipazione delle Camere in DMO (Destination Management Organization) o altri sistemi di governance come le OGD (Organizzazioni di gestione della Destinazione) e/o alla nascita di aggregazioni d'impresa in DMC, PMC, Club di prodotto.

*Prodotti/servizi che le CCIAA/UR dovranno realizzare:*

- ✓ Partecipazione del personale camerale ai laboratori di co-progettazione;
- ✓ Realizzazione di percorsi di assistenza alle imprese per l'organizzazione dell'offerta turistica della destinazione;
- ✓ Sperimentazione di sistemi di governance della destinazione.

### **3. Promuovere la qualificazione della filiera**

Per quanto riguarda le attività di qualificazione di filiera, le Unioni regionali, le Camere di commercio in associazione tra loro a livello regionale o le Camere di commercio uniche di livello regionale, sulla base dei disciplinari e del supporto forniti dal livello nazionale, dovranno promuovere la qualificazione dei circuiti turistici (itinerari, cammini, eventi, imprese, etc.). Le attività da realizzare sono:

3.1 utilizzando le regole messe a punto dal livello nazionale per l'attribuzione di uno scoring ai circuiti turistici, le Unioni regionali/Camere di commercio devono raccogliere le informazioni per la valutazione dei circuiti turistici (itinerari, cammini, eventi, imprese, etc.). I circuiti che superano un certo punteggio saranno inseriti nella piattaforma dell'Ospitalità Italiana.

*Prodotti/servizi che le CCIAA/UR dovranno realizzare:*

- ✓ Raccolta delle informazioni per la qualificazione dei circuiti turistici.

### **Obiettivi minimi di risultato per il complesso delle attività ed azioni progettuali:**

1. Realizzazione di almeno una indagine diretta ai turisti con sovra campionamento statisticamente significativo (periodo estate/Natale 2023) realizzando gli output seguenti:
  - 1a - 1 Report dati in formato excel per l'alimentazione dell'ecosistema digitale;
  - 1b - 1 Report di analisi economico-territoriale contenente i risultati delle indagini di livello territoriale,
  - 1c - eventuale approfondimento tematico relativamente ad un prodotto turistico/evento;
2. Realizzazione di almeno un focus group che veda il coinvolgimento di almeno 10 stakeholder locali per ciascun focus per formulare analisi condivise sul posizionamento del prodotto turistico locale;
3. Realizzazione di almeno un seminario rivolto ad almeno 15 imprese partecipanti per le attività di capacity building;
4. Realizzazione delle attività per la qualificazione di almeno 3 circuiti turistici (itinerari, cammini, eventi, imprese, etc.) per Camera di commercio partecipante al progetto regionale.

### **Spesa massima ammissibile per il complesso delle attività e azioni progettuali:**

- 1) CCIAA piccola dimensione (0-75.000 imprese): 30.000,00 euro;
- 2) CCIAA media dimensione (75.000 - 100.000 imprese): 35.000,00 euro;
- 3) CCIAA media dimensione (oltre 100.000 imprese): 40.000,00 euro;

### Spese ammissibili al finanziamento:

1. **Personale** esclusivamente con riferimento alle spese di coordinamento del personale della struttura camerale che coordina il progetto a livello regionale (Unione regionale/Struttura regionale/CCIAA regionale);
2. **Prestazioni di servizi** con riferimento alle spese esterne per le attività relative all'osservatorio economico, allo sviluppo delle destinazioni turistiche e alla promozione della qualificazione di filiera (es. realizzazione indagini, realizzazioni analisi economiche e relativi report, ricognizione delle informazioni relative alle destinazioni turistiche e realizzazione piano strategico, attività di assistenza alle imprese per la qualificazione di filiera, etc);
3. **Promozione** con riferimento alle spese esterne per la realizzazione di conferenze e comunicati stampa, acquisto di prodotti e servizi finalizzati all'organizzazione di incontri e webinar, etc.;
4. **Altre spese** con riferimento ai canoni di abbonamento e/o acquisto banche dati, alle spese di trasferta delle risorse umane della struttura camerale di coordinamento per la partecipazione ad eventi e riunioni connessi alle attività progettuali.

**Ribaltamento della spesa massima ammissibile per le suddette attività, nell'ambito della tipologia di spese ammissibili che la CCIAA può realizzare (cfr. scheda spese ammissibili):**

<b>Tipologia di spesa</b>	<b>Composizione % delle spese</b>
<b>Personale</b> ( <i>coordinamento del personale della struttura camerale capofila del progetto a livello regionale (Unione regionale/Struttura regionale/CCIAA regionale)</i> )	Fino max 35,0%
<b>Prestazione di servizi</b> ( <i>società in house, società di mercato, consulenti, professionisti, enti ed altri organismi, ecc.</i> ) con riferimento alle spese esterne per le attività relative all'osservatorio economico, allo sviluppo delle destinazioni turistiche e alla promozione della qualificazione di filiera (es. realizzazione indagini, realizzazioni analisi economiche e relativi report, ricognizione delle informazioni relative alle destinazioni turistiche e realizzazione piano strategico, attività di assistenza alle imprese per la qualificazione di filiera, etc.	Fino max 55,0%
<b>Attrezzature e software</b>	Fino max 00,0%
<b>Promozione</b> con riferimento alle spese esterne per la realizzazione di conferenze e comunicati stampa, acquisto di prodotti e servizi finalizzati all'organizzazione di incontri e webinar, , etc	Fino max 30,0%
<b>Altre spese</b> con riferimento ai canoni di abbonamento e/o acquisto banche dati, alle spese di trasferta delle risorse umane della struttura camerale di	Fino max 10,0%

<i>coordinamento per la partecipazione ad eventi e riunioni connessi alle attività progettuali</i>	
--	--

<b>N° FTE che si prevede di dedicare al programma</b>	.....
---	-------

**La CCIAA/UR che gestisce il progetto, aderendo al programma Turismo, sottoscrive l'impegno a realizzare le attività proposte e a beneficiare dei servizi/prodotti messi a disposizione dall'Unioncamere.**

**Si impegna altresì a realizzare una indagine di customer satisfaction presso le imprese/utenti beneficiari delle attività progettuali per rilevare il livello di soddisfazione dei servizi ricevuti attraverso il programma del Fondo perequativo, utilizzando gli strumenti di rilevazione messi a disposizione dall'Unioncamere.**

**RESPONSABILE DEL PROGRAMMA:**

Nominativo: Amedeo Del Principe

**REFERENTE OPERATIVO DEL PROGRAMMA:**

Nominativo: Giovanna Pascale

*Telefono: 06.4704374*

*E-mail: giovanna.pascale@gmail.com*



# PROGRAMMI FONDO DI PEREQUAZIONE 2023-2024

## 5 – INFRASTRUTTURE

### 1. OBIETTIVI PROGRAMMA

La terza annualità del Programma Infrastrutture intende proseguire l'importante percorso avviato con le prime due annualità, da una parte mantenendo alcune attività che hanno ricevuto riscontri positivi sia su scala nazionale che a livello territoriale e, dall'altra, prevedendo nuove aree di analisi e intervento in grado di rispondere ai principali cambiamenti del contesto socio-economico e politico che hanno caratterizzato quest'ultimo periodo (conflitti bellici russo-ucraino e in medio oriente, criticità per i flussi commerciali attraverso il Mar Rosso, fragilità del sistema dei valichi alpini, etc.).

Un sistema infrastrutturale sviluppato e rispondente alle richieste della domanda è fondamentale per sostenere un'economia competitiva, migliorando l'accessibilità delle aziende verso i mercati di riferimento. Le catene di approvvigionamento più efficienti permettono costi del trasporto e tempi di distribuzione più contenuti. Gli investimenti in infrastrutture e logistica possono avere un impatto positivo sulla produttività, sull'efficienza operativa e sull'attrattività verso nuovi investitori, contribuendo al successo economico di medio e lungo termine di un determinato territorio e di una nazione nel suo insieme. Questi investimenti però devono essere realizzati nei tempi corretti e rispondendo il più possibile ai reali fabbisogni del territorio.

Il principale obiettivo del nuovo Programma Infrastrutture resta quello di consolidare il ruolo di stimolo e raccordo del sistema camerale nei vari territori sui temi dello sviluppo infrastrutturale, della logistica delle merci e della mobilità sostenibile. La conferma ne viene anche dall'approccio seguito nel suo sviluppo che è improntato all'analisi e all'ascolto. La conoscenza rappresenta un elemento indispensabile

nell'accountability delle politiche pubbliche e un fattore decisivo in sede di programmazione strategica, anche nelle tematiche relative alle infrastrutture e alla logistica. Grazie alle attività previste nel Programma Infrastrutture, le Camere di commercio hanno la possibilità di proporsi come soggetto "scientifico", in grado di fare studi e analisi che rappresentano strumenti e contributi utili anche per gli stessi enti locali, in ottica di programmazione strategica. Sul fronte dell'ascolto, le attività previste nel presente programma consentono al sistema camerale di valorizzare al meglio il loro ruolo di corpo intermedio, tra mondo economico e mondo istituzionale, tra settore privato e pubblico, come rappresentante degli interessi delle imprese che può partecipare al processo decisionale delle politiche economiche. Rilevante sarà anche l'attività di comunicazione delle attività svolte che dovrà essere perseguita durante tutta la durata del Programma.

## **2. ATTIVITÀ**

### **Attività centralizzata realizzata da Unioncamere**

A livello nazionale, si prevede la realizzazione di diverse attività che possano essere di base ai vari territori per conoscere la rilevanza e le criticità complessive del sistema dei trasporti e della logistica nazionale, con output diversi, quali la raccolta dati e informazioni, la redazione di report di analisi, l'organizzazione di attività ed eventi comunicativi sulle varie attività svolte dal sistema camerale.

#### **1. Indagine nazionale sulla domanda di trasporto e logistica**

L'attività centralizzata del Programma comprende una nuova edizione dell'indagine nazionale sulla domanda di trasporto e logistica. I temi oggetto dell'indagine saranno individuati nella fase di progettazione esecutiva tenendo conto della stretta attualità e dei fenomeni congiunturali dell'economia, nonché delle altre attività sviluppate nel corso del Programma al fine di fornire una base di dati utile anche alla verifica dei risultati ottenuti. Inoltre, Unioncamere potrà tenere conto dei risultati delle analisi per elaborare position paper sulle riforme di settore (porti, interporti, aeroporti, etc.). A titolo puramente esemplificativo, alcuni argomenti potrebbero riguardare le problematiche connesse al transito attraverso i valichi alpini, l'operatività e l'efficacia della ZES Unica del Mezzogiorno, le opportunità delle ZLS, le condizioni di utilizzo della modalità ferroviaria per favorire il modal shift.

La platea di imprese a cui sarà diretta l'indagine sarà individuata all'interno dei settori della manifattura e del trasporto e logistica. Il campione sarà scelto su base regionale con rappresentatività nazionale. La scelta degli argomenti influenzerà la numerosità e la composizione del campione. Infatti, alcuni fenomeni o servizi riguardano, - e, quindi, possono essere ben compresi - solo da imprese più strutturate e con una maggiore apertura all'esterno.

Elaborati i risultati, si prevede l'attivazione di una campagna di comunicazione/diffusione che può essere svolta nella forma di

comunicati stampa, ma anche, di attività di workshop/focus group per approfondire aspetti di interesse.

Prodotti e servizi per le CC/UR:

- Report di sintesi dell'indagine nazionale
- Principali risultati, anche su scala regionale (eventualmente da riportare nel portale C.Stat/DataView)
- Progettazione e svolgimento di una campagna di comunicazione/diffusione dei risultati

## **2. Analisi di resilienza del sistema dei valichi alpini**

Il sistema dei valichi alpini rappresenta un passaggio obbligato per tutti gli scambi commerciali tra l'Italia e l'Unione europea via terra. Si tratta di circa 550 miliardi di valore e quasi 180 milioni di tonnellate di merce.

Il sistema dei valichi ricade, dunque, pienamente nella definizione di "infrastruttura critica" fornita dall'Unione europea che la descrive come quell'asset o sistema essenziale per il mantenimento delle funzioni vitali della società, della salute, della sicurezza, del benessere economico o sociale delle persone, e la cui interruzione o distruzione comporterebbe impatti significativi a causa del mancato mantenimento di tali funzioni (Council Directive 2008/114/EC of 8 December 2008 on the identification and designation of European critical infrastructures and the assessment of the need to improve their protection, Bruxelles, 2008).

Esistono diverse analisi che valutano gli effetti della chiusura o della limitazione di un singolo valico, mentre quest'attività si propone di valutare anche gli effetti di potenziali chiusure contemporanee di più valichi sull'intero arco alpino. In particolare, l'attività è volta ad analizzare la resilienza del sistema dei valichi, cioè la valutazione del funzionamento del sistema in seguito al manifestarsi di una perturbazione esterna (ad esempio un evento naturale o antropico).

Per fare ciò, si propone di partire da un'analisi puntuale di tutti i collegamenti alpini (distinti per modalità e per tipologia), applicando un modello di traffico reale: in questo modo, sarà possibile ricostruire lo stato attuale dei traffici e valutare la risposta dell'intero sistema in caso di interruzione del traffico attraverso uno o più valichi, distinguendone anche le possibili cause: incidente, frana, manutenzione, divieti di transito, etc.

I risultati dell'analisi possono essere utili per individuare i valichi per i quali è importante garantire la piena efficienza e sviluppare piani di intervento durante eventi straordinari che comportino l'interruzione di uno o più attraversamenti, nonché di individuare possibili proposte di potenziamento infrastrutturale utili a ridurre le criticità e il rischio concreto.

Nell'ambito delle suddette attività, sarà basilare il confronto con il sistema economico e con le associazioni di categoria che seguono la tematica sia su scala nazionale che a livello territoriale. Lo stesso confronto con i referenti italiani dell'Osservatorio sui traffici alpini

finanziato dall'Ue permetterà l'utilizzo di dati omogenei che potranno essere eventualmente integrati con dati più puntuali. Per la parte relativa alle caratteristiche socio economiche delle aree interessate, si potranno creare sinergie con le competenze della Fondazione Guglielmo Tagliacarne.

Si giungerà alla redazione di un report di analisi su scala nazionale che permetterà, attraverso il coinvolgimento di determinate CCIAA/UR (ad esempio le CCIAA alpine, prealpine o di confine), di entrare nel merito delle criticità di singole aree per le quali, mediante progetti specifici – a valere sulle attività territoriali – sarà possibile valutare l'impatto su scala regionale, definendo anche possibili soluzioni.

Prodotti e servizi per le CC/UR:

- Report sull'analisi di resilienza del sistema dei valichi alpini
- Macrodati per eventuali focus regionali

### **3. Upgrade C.Stat/DataView con indicatori e dati su Mobilità, Infrastrutture e Logistica**

L'importanza dei dati è ampiamente riconosciuta al fine di comprendere e quantificare meglio i fenomeni, di indirizzare le politiche pubbliche e le scelte strategiche, di prendere decisioni basate su valori oggettivi. Anche per il sistema camerale disporre di un unico contenitore (recovery), in cui poter accedere in maniera semplice, chiara e accessibile, a diversi tipi di dati può risultare di grande interesse.

In quest'ottica, la presente attività si pone l'obiettivo di far convergere dati, elaborazioni e informazioni relativi alle infrastrutture e alla logistica - sia quelli raccolti ed elaborati negli ultimi anni, sia quelli che saranno sviluppati ed elaborati nel corso delle presente annualità - nel contenitore di C.Stat e nel nuovo sistema di output DataView, allargando quindi l'informazione economica-statistica del sistema camerale a tematiche come:

- dotazione infrastrutturale di massima,
- KPI territoriali provinciali (sistemi viario, ferroviario, portuale, aeroportuale, logistico, digitale ed energetico);
- traffici rilevati sulle varie infrastrutture per le diverse modalità;
- stato di avanzamento dei lavori delle 100 opere indifferibili contenute nel Libro Bianco sulle priorità infrastrutturali del Paese,
- principali risultati delle indagini condotte da Uniontrasporti-Unioncamere sulle tematiche dei trasporti e della logistica.

La grande mole di informazioni presente nell'ecosistema già esistente e in corso di aggiornamento ha il vantaggio di essere autorevole, certificata, facilmente comunicabile e confrontabile e di fornire prodotti innovativi quali dashboard e infografiche, ma anche reportistica che si genera in maniera automatica.



È previsto comunque il mantenimento in essere e il relativo aggiornamento della piattaforma di progetto, che raccoglie i risultati complessivi raggiunti sia livello nazionale che locale e restituisce i vari impegni e le diverse scadenze.

Prodotti e servizi per le CC/UR:

- Implementazione nuova sezione Infrastrutture e Logistica in C.Stat/DataView
- Giornata di formazione per camerali su contenuti e utilizzo dei dati

#### **4. Riforme e policy settoriali: attività di supporto per la loro attuazione**

In questi ultimi anni è stato avviato un intenso processo di riforma in diversi settori infrastrutturali: nei primi mesi del 2024 potrebbero vedere la luce il nuovo Piano Nazionale degli Aeroporti (PNA), la riforma dei porti e quella degli interporti, senza contare le diverse riforme previste nel PNRR. Il sistema camerale intende candidarsi per fornire un contributo specifico sia in termini di analisi e supporto sia a livello di attuazione delle suddette riforme.

Nell'ambito di questa attività, il sistema camerale avrà anche l'opportunità di consolidare alcune partnership con soggetti nazionali (Assoporti, Assaeroporti, UIR, Enea, Infratel, Mercitalia Logistics, Gruppo FS, Confitarma, Anita, Confrasperto) con l'obiettivo di favorire visioni omogenee su tematiche trasversali di interesse almeno nazionale. Nello specifico della riforma sui porti, si potrebbe avviare una forte azione di promozione e lobby presso il Governo e le Regioni per favorire la partecipazione delle CCIAA nei comitati di gestione portuale (come era previsto nella precedente legge).

Allo stesso tempo, si valorizzeranno gli esiti dei tavoli nazionali realizzati nelle prime due annualità, al fine di creare dei veri e propri cluster settoriali. Le Camere di commercio che ospitano nel proprio territorio di competenza un porto commerciale si potrebbero occupare del position paper camerale dedicato alla riforma portuale; mentre quelle maggiormente interessate al sistema aeroportuale (anche a fronte di importanti partecipazioni) potrebbero impegnarsi in un documento dedicato al nuovo Piano Nazionale degli Aeroporti (per esempio con la sperimentazione di network a favore di nuove modalità di trasporto), e così anche per il sistema interportuale, piuttosto che per il tema dei valichi alpini e delle ZES/ZLS.

Si tratta di un'attività nazionale o sovraregionale che risponderà all'esigenza di sviluppare maggiori sinergie e network tra CCIAA su determinate tematiche. La presente attività centralizzata si occuperà di analizzare i testi delle riforme, evidenziare le aree di maggiore interesse per il sistema camerale, di predisporre la struttura dei position paper da condividere e sviluppare nei contenuti e nelle proposte da parte delle CCIAA/UR interessate al tema specifico.

Prodotti e servizi per le CC/UR:

- Struttura di position paper del sistema camerale sulle riforme di settore (da calare su temi specifici sulla base degli interessi delle singole CCIAA/UR)

## **5. Sensibilizzazione e informazione alle imprese legate alle tematiche del PNRR**

Il PNRR individua sei missioni articolate a loro volta in 16 componenti, di cui almeno cinque possono essere ricondotte alle tematiche oggetto di questo Programma Infrastrutture:

- M1-C1: Digitalizzazione, innovazione e sicurezza nella PA
- M1-C2: Digitalizzazione, innovazione e competitività nel sistema produttivo
- M2-C2: Transizione energetica e mobilità sostenibile
- M3-C1: Rete ferroviaria ad Alta Velocità/Capacità e strade sicure
- M3-C2: Intermodalità e logistica integrata

Affinché le imprese possano beneficiare compiutamente e da subito di quanto verrà realizzato con il PNRR, sia in termini di infrastrutture che di riforme, è necessaria un'azione di sensibilizzazione e formazione delle imprese del nuovo contesto e dei nuovi strumenti messi a disposizione.

Tematiche quali le opportunità offerte da ZES/ZLS, i modelli efficienti di city logistics, la digitalizzazione dei documenti di trasporto (lettera di vettura elettronica e-CMR, electronic Freight Transport Information eFTI), l'avanzamento dei Piani BUL, la transizione energetica anche spinta dai nuovi carburanti devono essere conosciute dalle imprese affinché possano cogliere le opportunità offerte.

L'attività in oggetto prevede l'individuazione di un set di tematiche (indicativamente sei) ritenute di maggior interesse o con il maggiore impatto per le imprese al fine di progettare poi per ognuna di esse un momento di sensibilizzazione e informazione con l'individuazione dei docenti e l'articolazione dei contenuti da erogare sotto forma di seminari da remoto nell'attività che verrà svolta a livello locale.

Verranno inoltre proposti alcuni elementi grafici (agenda, save the date, etc.) che dovranno essere mantenuti nella comunicazione che verrà sviluppata a livello locale per veicolare un messaggio di continuità e coerenza con l'iniziativa centralizzata.

Prodotti e servizi per le CC/UR:

- Progettazione di un ciclo di seminari rivolto alle imprese sulle tematiche legate al PNRR

## **6. Giornata delle infrastrutture 2025**

A conclusione della terza annualità e in stretto coordinamento con gli eventi finali che eventualmente si terranno a livello regionale, si prevede la progettazione e l'organizzazione di una conferenza nazionale sui temi trattati che potrà essere denominata "Giornata delle infrastrutture". Costruita su due giornate di relazioni, dibattiti, testimonianze, la Giornata delle Infrastrutture sarà l'occasione per il sistema camerale nazionale e territoriale di rimarcare il proprio ruolo e di presentare i risultati delle attività svolte al Governo centrale e a tutto il mondo economico.

In occasione della prima Giornata delle infrastrutture 2025, si potrà eventualmente formalizzare/lanciare un "Accordo nazionale tra Unioncamere, MIMIT e MIT", con Uniontrasporti come supporto tecnico-operativo.

Prodotti e servizi per le CC/UR:

- Evento nazionale
- Format eventi regionali (agenda, save the date, cavalieri, etc.)
- Formulazione ed eventuale sottoscrizione di un Accordo nazionale UC/MIMIT/MIT

### **Attività a livello locale realizzata dalla Camera di commercio e/o Unione Regionale**

Per la parte locale, le Camere di commercio e/o le Unioni regionali potranno realizzare le attività di seguito descritte con lo scopo di favorire l'infrastrutturazione dei propri territori. Partendo dal monitoraggio delle priorità infrastrutturali, arricchito dagli esiti di analisi ed elaborazioni derivanti dall'attività centralizzata che sarà messa a disposizione da Unioncamere, si proseguirà con la redazione di un fascicolo regionale da utilizzare in occasione di incontri, tavoli e conferenze stampa, e con lo sviluppo di un approfondimento progettuale che, in questa annualità, potrà riguardare un focus regionale su tematiche – valichi alpini o riforme – trattate nell'attività centralizzata. Le attività in capo a CCIAA/UR saranno completate con un nuovo percorso di sensibilizzazione e informazione per le imprese, dedicato a tematiche strettamente legate a innovazione e digitalizzazione nel campo dei trasporti e della logistica, e dallo sviluppo di attività finalizzate alla valorizzazione dell'intero progetto (comunicazione, tavoli permanenti, commissioni settoriali).

#### **1. Aggiornamento delle priorità infrastrutturali del territorio**

I Libri Bianchi rappresentano un elemento imprescindibile del Programma Infrastrutture. Quindi anche in questa terza annualità, le priorità infrastrutturali del territorio raccolte nel documento regionale andranno monitorate, andando a verificarne lo stato di avanzamento in termini di finanziamenti, tempistiche dei lavori e superamento delle criticità.

Con questa finalità, le CCIAA/UR dovranno organizzare riunioni operative con soggetti che hanno voce in capitolo sulla realizzazione degli interventi che, a seconda dei casi, potranno essere Regione, gestori delle infrastrutture come Anas e RFI, Ministero delle

Infrastrutture e dei Trasporti. Essendo un lavoro puntuale da fare, le CCIAA e/o l'UR dovrà selezionare i tre interventi prioritari da monitorare più da vicino e nel dettaglio.

Dopo ciascuna riunione operativa sarà opportuno valorizzarne gli esiti, comunicando all'esterno il percorso intrapreso, e quindi produrre un comunicato stampa, che permetta ai vari interlocutori del territorio, dalle imprese agli enti locali, alle associazioni, di tenersi aggiornati sugli avanzamenti dei lavori dell'infrastruttura che si sta monitorando.

Per tutte le priorità di livello 1 del territorio, le CCIAA/UR dovranno sviluppare un sistema di monitoraggio che evidenzii in maniera puntuale il mancato o ritardato avanzamento di queste opere individuate dal territorio, con output anche grafici di facile comunicazione delle criticità e dei ritardi in essere, evidenziandone le ragioni.

Come upgrade delle attività degli anni precedenti, le CCIAA/UR dovranno avviare contatti con le regioni limitrofe, soprattutto sulle azioni da portare avanti rispetto ad alcune infrastrutture che riguardano territori più vasti della singola regione. In questa fase, sarebbe opportuno organizzare tavoli/incontri di confronto tra tutti i portatori di interesse, con l'obiettivo di individuare le criticità ed avanzare proposte per il loro superamento. Gli incontri dovranno portare alla redazione di un documento congiunto delle CCIAA/UR intervenute agli incontri, che riporti le azioni concordate per affrontare/superare le criticità e i rallentamenti.

*Prodotti/servizi che le CCIAA/UR dovranno realizzare:*

- Riunioni operative con i gestori di 3 priorità che si è deciso di monitorare (con eventuale Comunicato stampa)
- Libro bianco regionale 2025
- Documento congiunto con altre CCIAA/UR su opere sovraregionali

**Obiettivi minimi di risultato:**

a) Per sistemi camerali regionali formati da:

fino a 2 CCIAA post accorpamento:

- 1 riunioni operative con coinvolgimento 10 soggetti/stakeholder

fino a 4 CCIAA post accorpamento:

- 2 riunioni operative con coinvolgimento 20 soggetti/stakeholder

almeno 5 CCIAA post accorpamento:

- 4 riunioni operative con coinvolgimento 30 soggetti/stakeholder

b) Aggiornamento Libro bianco regionale sulle priorità infrastrutturali (edizione 2025)

## **2. Predisposizione di fascicolo regionale su fenomeni legati a mobilità, infrastrutture e logistica**

Grazie ai dati e alle informazioni riportate in apposita sezione dell'ecosistema C.Stat/DataView – ulteriormente migliorata e ampliata con le informazioni raccolte ed elaborate nell'attività centralizzata n.3 - il sistema camerale regionale potrà programmare e sviluppare analisi puntuali dei fenomeni osservati, a partire da quelli economici, di dotazione infrastrutturale, di avanzamento dei lavori della infrastrutturazione BUL e 5G, dei costi della logistica, etc. da valorizzare negli incontri e nei tavoli previsti nelle diverse attività del Programma.

Sarà quindi possibile predisporre un fascicolo regionale in grado di sintetizzare e riportare in maniera grafica tutte le informazioni e i dati capaci di caratterizzare il territorio di riferimento. All'interno si potranno anche valorizzare gli esiti su scala regionale dell'indagine nazionale previste nell'attività centralizzata n.1. Il documento così realizzato potrà essere utilizzato e condiviso in occasione di tavoli e incontri funzionali allo sviluppo delle attività previste nel Programma. Per prendere dimestichezza con i contenuti dell'ecosistema, a livello nazionale Unioncamere metterà a disposizione un momento formativo.

*Prodotti/servizi che le CCIAA/UR dovranno realizzare:*

- Partecipazione alla formazione sui contenuti di Infrastrutture e Logistica in C.Stat/DataView
- Fascicolo regionale sui fenomeni osservati legati a mobilità, infrastrutture e logistica, con eventuale comunicazione per il territorio (comunicato stampa)

### **Obiettivi minimi di risultato:**

- Realizzazione del Fascicolo regionale sui fenomeni legati alla mobilità, infrastrutture e logistica

## **3. Focus di approfondimento**

Questa attività, come nelle precedenti annualità, rappresenta un'opportunità per il sistema camerale nell'approfondire una tematica relativa ai trasporti e alla logistica di interesse per i propri territori. Nella scorsa edizione sono stati molto apprezzati dalla CCIAA e dalle Unioni Regionali i progetti pilota caratterizzati da un maggiore coinvolgimento delle realtà locali, ma anche quelli riguardanti l'analisi dei "costi del non fare" per evidenziare la perdita di PIL e valore aggiunto dovute alla mancata realizzazione di progetti infrastrutturali.

Anche quest'anno diverse possono essere le tematiche da approfondire nel focus: dall'efficientamento del sistema aeroportuale all'analisi della resilienza della rete stradale e/o ferroviaria, dall'accessibilità delle aree interne alla fattibilità di alcune infrastrutture, dall'analisi delle opportunità di una Zes Unica del Mezzogiorno agli interventi per la mobilità sostenibile a quelli per la city logistics.

Le CCIAA/UR interessate dai temi specifici – valichi alpini, portualità, aeroporti, interporti - potranno dedicare questa attività per lo sviluppo dei focus dedicati alla resilienza dei valichi alpini, sulla base della macroanalisi realizzata nell'attività centralizzata n.2, piuttosto che per i position paper camerali da dedicare alle riforme portuale, interportuali o ai contenuti del nuovo PNA, sulla base della struttura predisposta nell'attività centralizzata n.4.

Tutte queste attività, ovviamente, non potranno prescindere dal coinvolgimento dei diversi attori presenti sul territorio, dagli amministratori locali ai gestori delle reti, dalle associazioni di categorie alle imprese stesse che in occasione di tavoli di confronto per lo sviluppo e/o tavoli permanenti con gli enti locali possono suggerire bisogni, necessità logistiche ed infrastrutturali legate alla propria regione.

*Prodotti/servizi che le CCIAA/UR dovranno realizzare:*

- Report/Position paper riportante i risultati del focus di approfondimento su una tematica infrastrutturale o di mobilità

**Obiettivi minimi di risultato:**

- Realizzazione di un focus/studio/position paper su scala regionale

#### **4. Sensibilizzazione e informazione alle imprese legate alle tematiche del PNRR**

Sulla base dell'output dell'attività centralizzata n.5, le CCIAA/UR potranno individuare le tematiche (indicativamente da due a quattro in base alla dimensione del progetto regionale) sulle quali intenderanno procedere all'organizzazione ed erogazione dei seminari. I contenuti dei seminari potranno essere personalizzati sulla base della realtà locale. Come già evidenziato nella descrizione dell'attività centralizzata, i seminari si terranno da remoto e potranno interessare più territori provinciali fino all'intero territorio regionale.

A livello locale verrà definita e realizzata la strategia di comunicazione per i seminari che dovrà comunque prevedere gli elementi grafici definiti nell'attività centralizzata.

*Prodotti/servizi che le CCIAA/UR dovranno realizzare:*

- Seminari relativi fino a quattro tematiche del catalogo “centralizzato” (attività centralizzata n.5)

**Obiettivi minimi di risultato:**

Per sistemi camerali regionali formati da:

fino a 2 CCIAA post accorpamento:

- 2 seminari di sensibilizzazione (minimo 60 imprese complessive)

fino a 4 CCIAA post accorpamento:

- 3 seminari di sensibilizzazione (minimo 80 imprese complessive)

Almeno 5 CCIAA post accorpamento:

- 4 seminari di sensibilizzazione (minimo 120 imprese complessive)

**5. Strumenti per la valorizzazione delle attività di progetto**

Durante tutto il progetto, le CCIAA/UR dovranno prevedere dei momenti di valorizzazione delle attività svolte, per comunicare i risultati raggiunti con le vari azioni ai portatori di interesse del territorio di riferimento (imprese, associazioni, enti locali). La comunicazione - effettuata in diversi momenti - potrà avere forme differenti, a seconda delle risorse investite, dei tempi disponibili, della rilevanza dei risultati raggiunti: si potrà spaziare dal comunicato stampa alla conferenza stampa, dalla relazione al consiglio camerale fino all'evento in presenza.

Tra gli strumenti utili alla migliore valorizzazione dell'intero progetto, rientrano i tavoli permanenti regionali progettati nella precedente annualità che permetteranno al sistema camerale di mantenere viva la partnership con la Regione di riferimento e consolidare il proprio ruolo di supporto e raccordo territoriale. In aggiunta, in questa terza annualità del Programma Infrastrutture, le CCIAA/UR sono chiamate a valutare l'opportunità di costituire una Commissione dedicata ai temi del trasporto e della logistica, sul modello di quanto recentemente realizzato da una CCIAA. In ogni territorio sarà possibile optare per una Commissione su scala regionale, costituita da almeno un componente per ogni CCIAA presente sul territorio (indicativamente legato al settore dei trasporti e della logistica), oppure per una Commissione consiliare della singola CCIAA, costituita in questo caso da almeno 5 membri del Consiglio della CCIAA di riferimento.

*Prodotti/servizi che le CCIAA/UR dovranno realizzare:*

- Comunicazione dei risultati del progetto tramite comunicato stampa e/o conferenza stampa e/o relazione al consiglio camerale e/o evento in presenza
- Valorizzazione del rapporto con la Regione formalizzato nell'annualità precedente, attraverso la pianificazione e l'animazione di

tavoli permanenti, da allargare a nuovi soggetti di interesse per il territorio

- Creazione Commissione trasporti e logistica (opzionale rispetto ai tavoli permanenti)

**Obiettivi minimi di risultato:**

Per sistemi camerali regionali formati da:

fino a 2 CCIAA post accorpamento:

- Alternativamente, a scelta, almeno una delle seguenti attività:
- Comunicato stampa
- Conferenza stampa
- Evento in presenza (con la partecipazione minima di almeno 40 partecipanti)

fino a 4 CCIAA post accorpamento:

- Alternativamente, a scelta, almeno due delle seguenti attività:
- Comunicato stampa
- Conferenza stampa
- Evento in presenza (con la partecipazione minima di almeno 60 partecipanti)

Almeno 5 CCIAA post accorpamento:

- Alternativamente, a scelta, almeno due delle seguenti attività:
- Comunicato stampa
- Conferenza stampa
- Evento in presenza (con la partecipazione minima di almeno 80 partecipanti)



### Spesa massima ammissibile per il complesso delle attività e azioni progettuali:

- 1) CCIAA piccola dimensione (0-75.000 imprese): 30.000 euro;
- 2) CCIAA media dimensione (75.000 - 100.000 imprese): 35.000 euro;
- 3) CCIAA media dimensione (oltre 100.000 imprese): 40.000 euro;

### Spese ammissibili al finanziamento:

1. **Spese di personale** fanno riferimento per le attività di coordinamento della struttura camerale che gestirà il progetto a livello regionale (Unione regionale/Struttura regionale/CCIAA regionale);
2. **Spese esterne per prestazioni di servizi** finalizzate a disporre di un supporto nel monitoraggio delle priorità infrastrutturali funzionali all'aggiornamento del Libro Bianco, nella progettazione e moderazione dei tavoli di confronto con il territorio, nella progettazione e realizzazione di eventuali indagini, per lo sviluppo del focus di analisi e approfondimento;
3. **Spese esterne di software** per l'eventuale acquisto di licenza software per l'utilizzo di piattaforme webinar;
4. **Spese esterne di promozione** per l'organizzazione e la promozione dei tavoli di confronto e dell'eventuale evento finale; per il supporto e coinvolgimento di expertise specifiche nei tavoli; per la moderazione degli eventi/tavoli; per l'organizzazione delle conferenze stampa, per la stampa dei report relativi al focus di analisi e approfondimento, per l'eventuale acquisto di spazi pubblicitari su testate giornalistiche e radio/tv
5. **Altre spese** per le spese di trasferta delle risorse umane della struttura camerale di coordinamento per la partecipazione ad eventi, tavoli di confronto e riunioni connessi alle attività progettuali.

**Ribaltamento della spesa massima ammissibile per le suddette attività, nell'ambito della tipologia di spese ammissibili che la CCIAA può realizzare:**

Tipologia di spesa	Composizione % delle spese
<b>Spese del personale</b> per le attività di coordinamento della struttura camerale che gestirà il progetto a livello regionale (Unione regionale/Struttura regionale/CCIAA regionale)	Fino max 20,0%
<b>Prestazione di servizi (soc. in house, soc. mercato, consulenti, professionisti, enti ed altri organismi ecc.)</b> per le attività finalizzate a disporre di un supporto nel monitoraggio delle priorità infrastrutturali funzionali all'aggiornamento del Libro Bianco, nella progettazione e moderazione dei tavoli di confronto con il territorio, nella progettazione e realizzazione di eventuali indagini, per lo sviluppo del focus di analisi e	Fino max 60,0%

<i>approfondimento)</i>	
<b>Attrezzature e software</b> (per l'eventuale acquisto di licenza software per l'utilizzo di piattaforme webinar)	Fino max 10,0%
<b>Promozione</b> per l'organizzazione e la promozione dei tavoli di confronto e dell'eventuale evento finale; per il supporto e coinvolgimento di expertise specifiche nei tavoli; per la moderazione degli eventi/tavoli; per l'organizzazione delle conferenze stampa, per la stampa dei report relativi al focus di analisi e approfondimento, per l'eventuale acquisto di spazi pubblicitari su testate giornalistiche e radio/tv	Fino max 30,0%
<b>Altre spese</b> per le spese di trasferta delle risorse umane della struttura camerale di coordinamento per la partecipazione ad eventi, tavoli di confronto e riunioni connessi alle attività progettuali)	Fino max 10,0%
<b>N° FTE che si prevede di dedicare al programma</b>	.....

La CCIAA/UR che gestisce il progetto, aderendo al programma Infrastrutture, sottoscrive l'impegno a realizzare le attività proposte e a beneficiare dei servizi/prodotti messi a disposizione dall'Unioncamere.

Si impegna altresì a realizzare una indagine di customer satisfaction presso le imprese/utenti beneficiari delle attività progettuali per rilevare il livello di soddisfazione dei servizi ricevuti attraverso il programma del Fondo perequativo, utilizzando gli strumenti di rilevazione messi a disposizione dall'Unioncamere.

**RESPONSABILE DEL PROGRAMMA:**

Alessandro Pettinato

**REFERENTE OPERATIVO DEL PROGRAMMA:**

Andrea Muti

Telefono: 06 4704.375

E-mail: [andrea.muti@unioncamere.it](mailto:andrea.muti@unioncamere.it)



UNIONCAMERE

# **ALLEGATO 2**

## **CRITERI DI ADESIONE E DETERMINAZIONE DEI CONTRIBUTI**



## CRITERI PER L'ADESIONE AI PROGRAMMI DEL FONDO DI PEREQUAZIONE 2023-2024

### A) MODALITÀ DI ADESIONE AI PROGRAMMI

1. Sono stati individuati 5 programmi prioritari ai quali le camere di commercio e le unioni regionali possono aderire:

#### Programmi per le camere di commercio:

- La sostenibilità ambientale: transizione energetica;
- Competenze per le imprese: orientare e formare i giovani per il mondo del lavoro;
- Internazionalizzazione;

Possono aderire autonomamente (*nel rispetto dei vincoli posti dall'art. 5 commi 1 e 2, e art. 19 del regolamento*) le singole camere di commercio ovvero le unioni regionali e le camere capofila a livello regionale per conto delle camere presenti nella regione. In quest'ultimo caso le singole camere di commercio a livello regionale devono delegare con delibera di giunta l'unione regionale o la camera capofila (nelle regioni in cui non è presente l'unione regionale) a presentare l'adesione al programma per loro conto. Perché l'adesione al programma sia ammissibile è necessaria la maggioranza delle camere presenti a livello regionale (*art. 5 commi 3, 5 e 6 del regolamento*). L'adesione di una camera ad un programma attraverso un progetto regionale esclude la contemporanea adesione autonoma allo stesso programma.

#### Programmi a valenza regionale:

- Sostegno del turismo;
- Infrastrutture.

Possono aderire a questi programmi unicamente le unioni regionali, le camere regionali e le camere capofila a livello regionale nelle regioni in cui non è presente l'unione regionale. In questo caso, essendo programmi a livello regionale, non è necessaria la delibera di delega da parte delle singole camere di commercio alle unioni regionali che aderiscono al programma, mentre risulta necessario, nel caso delle regioni in cui è assente l'unione regionale, che sia individuata una camera capofila che rappresenti le altre camere di commercio della regione nell'adesione al programma per loro conto. La realizzazione di un programma a valenza regionale richiede che lo svolgimento delle attività da parte dell'unione regionale, camera regionale o camera capofila, abbia un'estensione su tutto il territorio regionale (*art. 5, comma 4 del Regolamento*);

2. Le 60 camere costituite o costituende sono state inserite in tre raggruppamenti dimensionali ai fini della definizione dei budget ammissibili per ciascun programma. Per la definizione dei raggruppamenti si tiene conto della soglia dimensionale minima di 75 mila imprese fissata dall'art. 10 della legge del 7 agosto 2015, n. 124, e al limite fissato dall'art. 5 del regolamento del Fondo perequativo per accedere autonomamente ai programmi, pari a 100 mila imprese:
  - a. piccola dimensione (0-75.000 imprese);



- b. media dimensione (75.001-100.000 imprese);
- c. grande dimensione (oltre 100.000 imprese).

Le camere che pur non raggiungendo la soglia delle 75.000 imprese (quindi camere di piccola dimensione) non possono, ai sensi dell'art. 3, comma 1 del Decreto Legislativo n. 219 del 2016, aumentare volontariamente la loro dimensione, vengono collocate d'ufficio nel raggruppamento delle camere di media dimensione.

Il numero di imprese a cui fare riferimento, per collocare le camere di commercio all'interno dei raggruppamenti, è quello desunto da Movimprese al 31/12/2023.

3. Le camere accorpate che superano il limite delle 100 mila imprese iscritte, laddove ciascuna ex camera registra nella propria provincia meno di 100 mila imprese iscritte, possono aderire ai programmi sia autonomamente sia partecipando ad un progetto regionale;

*Esempio: CCIAA accorpata di 140 mila imprese composta da una ex CCIAA A di 60.000 imprese, una ex CCIAA B di 50.000 imprese e una ex CCIAA C di 30.000 imprese;*

4. Le camere accorpate che superano il limite delle 100 mila imprese iscritte, laddove una ex camera registra nella propria provincia più di 100 mila imprese, mentre le altre registrano meno di 100 mila imprese, l'adesione ai programmi potrà avvenire in due modalità:

a. Autonomamente, da parte della nuova camera di commercio accorpata, ma limitatamente alle sole ex camere che registrano meno di 100 mila imprese nella loro provincia. Questo ha un impatto nella determinazione del budget di spesa ammissibile (cfr. sezione determinazione contributo)

b. Partecipando ad un progetto regionale senza limiti;

*Esempio: CCIAA accorpata di 260 mila imprese composta da una ex CCIAA A di 150.000 imprese, una ex CCIAA B di 40.000 imprese, una ex CCIAA C di 50.000 imprese). La CCIAA partecipa solo per la porzione delle due ex CCIAA che hanno meno di 100.000 imprese, che sommano insieme 90.000 imprese (la ex CCIAA B di 40.000 imprese e la ex CCIAA C di 50.000 imprese).*

5. L'adesione ai programmi da parte delle camere non ancora accorpate, avviene considerando le diverse camere oggetto dell'accorpamento come se fossero un unico soggetto. Pertanto, l'adesione avverrà da parte di una delle camere accorpate che assume il ruolo di capofila. In questo caso, per ciascun programma, potrà essere effettuata una unica adesione per conto di tutte le camere oggetto dell'accorpamento. Valgono per esse le stesse regole di accesso previste per le camere accorpate di cui ai punti 3 e 4;

*In questi casi si dà applicazione alle disposizioni contenute nell'art. 19 del Regolamento del Fondo.*

6. Le camere non tenute all'accorpamento che superano il limite delle 100 mila imprese iscritte possono partecipare esclusivamente a progetti regionali (art. 5 del Regolamento, c. 2);
7. Restano invariate le condizioni di adesione ai programmi per le altre camere previste dal regolamento.



## B) MODALITÀ DI QUANTIFICAZIONE DEI CONTRIBUTI

Per quanto concerne la **quantificazione dei contributi** per ciascun progetto realizzato da una camera, unione regionale, camera regionale o camera capofila nei progetti regionali, in coerenza con quanto disposto dall'art. 9, comma 1, e dall'articolo 19, comma 2 del regolamento del Fondo perequativo, si applicano i seguenti criteri:

1. E' assegnato un contributo pari al 100% della spesa ammissibile prevista per la realizzazione dei programmi, nei limiti di quanto previsto in ciascun prototipo di programma e tenuto conto della dimensione della camera di commercio, come riportato in dettaglio all'interno di ciascun prototipo;
2. Per i progetti regionali (di adesione a programmi regionali o per quelli destinati alle camere di commercio da parte delle unioni regionali o camere capofila, per conto delle camere di commercio presenti nella regione), il budget massimo riconosciuto è pari alla somma dei budget assegnabili alle camere che vi partecipano;
3. Sono ammissibili al finanziamento (ai sensi dell'art. 8 del Regolamento del Fondo):
  - a) i soli costi esterni riferiti alle seguenti tipologie di spese: prestazione di servizi (da società in house, società del mercato, consulenti, professionisti, enti ed altri organismi); attrezzature e software (per strumentazioni informatiche e prodotti software utilizzate per il progetto); promozione (per attività redazionali, organizzazione eventi sul territorio, produzione e diffusione via web, stampa e altri media, di comunicati, news, materiali informativi, formativi e prodotti editoriali); le altre spese funzionali al progetto quali, ad esempio, le spese per le missioni e la formazione del personale interno, l'acquisizione di banche dati, la stipula di polizze assicurative e le altre spese funzionali al progetto **individuate negli specifici programmi del sistema camerale**;
  - b) le spese del personale sono ammissibili limitatamente alle attività di coordinamento dei programmi regionali (turismo e infrastrutture) da parte delle unioni regionali, delle camere regionali o delle camere capofila.
4. Per le camere accorpate o accorpande vengono individuate le seguenti modalità di determinazione dei contributi:

### Camere accorpate

- a) Se la Camera di commercio è frutto dell'accorpamento di **2 Camere di commercio**, oltre al contributo base è previsto un incremento del **30%** rispetto a quello base;

*Esempio: CCIAA accorpata composta da 2 ex CCIAA. Nel suo insieme è una CCIAA di media dimensione. Il budget assegnabile per il programma 1 è così determinato:  $35.000 \text{ €} + 35.000 \text{ €} * 30\% * 1 = 45.500 \text{ €}$*

- b) Se la Camera di commercio è frutto dell'accorpamento di **3 Camere di commercio**, oltre al contributo base è previsto un incremento del **40%** di quello base per ciascuna delle **ex Camere di commercio**, meno una, che fanno parte della camera accorpata;

*Esempio: CCIAA accorpata composta da 3 ex CCIAA. Nel suo insieme è una CCIAA di media dimensione. Il budget assegnabile per il programma 1 è così determinato:  $35.000 \text{ €} + 35.000 \text{ €} * 40\% * 2 = 63.000 \text{ €}$*



- c) Se la Camera di commercio è frutto dell'accorpamento di **4 Camere di commercio**, oltre al contributo base è previsto un incremento del **50%** di quello base per ciascuna delle **ex Camere di commercio**, meno una, che fanno parte della camera accorpata;

*Esempio: CCIAA accorpata composta da 4 ex CCIAA. Nel suo insieme è una CCIAA di media dimensione. Il budget assegnabile per il programma 1 è così determinato:  $35.000 \text{ €} + 35.000\text{€} \cdot 50\% \cdot 3 = 87.500 \text{ €}$*

- d) Se la Camera di commercio è frutto dell'accorpamento **di più camere di commercio e supera il limite delle 100 mila imprese iscritte, laddove una di esse registra nella propria provincia più di 100 mila imprese**, mentre le altre registrano meno di 100 mila imprese, la quantificazione del contributo avviene nel seguente modo:

- i. Nel caso di adesione ai programmi regionali si applicano i criteri di cui ai punti precedenti, (la ex camera con oltre 100.000 imprese continua a partecipare ai progetti regionali come in passato);
- ii. Nel caso di adesione autonoma ai programmi, ai fini della quantificazione del contributo, si applicano i criteri di cui ai punti precedenti escludendo dal calcolo dimensionale la camera che supera le 100.000 imprese:

*Per il calcolo del contributo si rinvia agli esempi illustrati precedentemente.*

### **Camere con dimensione regionale**

- a) Se la Camera di commercio regionale è frutto dell'accorpamento di **2 Camere di commercio**, oltre al contributo base è previsto un incremento del **50%** rispetto a quello base;
- b) Se la Camera di commercio regionale è frutto dell'accorpamento di oltre **2 Camere di commercio**, oltre al contributo base è previsto un incremento del **60%** di quello base per ciascuna delle **ex Camere di commercio**, meno una, che fanno parte della camera regionale;

*Per il calcolo del contributo si rinvia agli esempi illustrati precedentemente.*

### **Camere non accorpate**

Per le camere non ancora accorpate, tenendo conto della dimensione che andranno ad assumere, il budget assegnato in funzione del programma e della dimensione della camera è incrementato di una percentuale del 15% per ciascuna camera che partecipa all'accorpamento meno una.

*Per il calcolo del contributo si rinvia agli esempi illustrati precedentemente.*

*Con riferimento ai punti 4 e 5, si dà applicazione alle disposizioni contenute nell'art. 19 del Regolamento del Fondo.*