



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

UMBRIA

ANALISI METODI ED OBIETTIVI
Programmazione
Fondi Comunitari
2013-2020

MARZO 2013

Confcommercio dell'Umbria - UFFICIO STUDI

Via Settevalli, 320 - 06129 Perugia - Tel. 075 506 711 - Fax 075 506 71 77

umbria@confcommercio.it

Premessa

La programmazione 2014-2020

La competitività delle imprese è un elemento importante dell'equazione che guida lo sviluppo, in Italia ed in Europa. Le indagini promosse dalla Commissione europea evidenziano come lo scarto negativo esistente con i nostri competitor, dagli Stati Uniti ai paesi emergenti, dipenda in gran parte dall'efficienza del settore dei servizi, tra i quali è presente anche il commercio al dettaglio.

Una questione, quella dell'efficienza delle imprese e dei mercati, che nel caso dei servizi commerciali viene affrontata dalla Relazione della Commissione europea *"Verso un mercato interno del commercio e della distribuzione più efficace e più equo all'orizzonte 2020"*.

Il documento della Commissione costituisce per noi grande motivo di soddisfazione perché oltre ad affrontare in modo estremamente ampio ed organico il tema del commercio al dettaglio, riafferma l'importanza del settore nell'economia europea e delinea alcune linee di intervento e – soprattutto – afferma l'esigenza di definire un "Piano europeo per il commercio al dettaglio".

E' forse superfluo ricordare che il commercio riveste un ruolo fondamentale nella stessa costruzione europea poiché tale settore sottintende l'idea stessa di mercato interno, un grande obiettivo che rappresenta la concretizzazione degli ideali di libertà e di integrazione che sono stati alla base dell'Europa ed un elemento di fondamentale importanza nell'assicurare uno sviluppo forte, duraturo e sostenibile.

In questa prospettiva ci siamo sempre interrogati sul perché il commercio e i servizi di mercato, pur rappresentando il punto di contatto tra produzione e cittadini, l'attività che più direttamente incide sui centri urbani, sull'ambiente sociale, sulla qualità della nostra vita quotidiana e sulla crescita e l'occupazione, non sia stato oggetto, nell'ambito delle politiche dell'Unione europea, delle stesse attenzioni prestate agli altri settori produttivi.

Emerge, a nostro avviso, un primo problema, quello dell'approccio duale alle politiche di settore, forti quando si tratta di regolarlo - ad esempio nei rapporti con i consumatori ed i fornitori - deboli quando si tratta di svilupparlo.

Sulla fase dello sviluppo si pongono due ordini di problemi.

Primo: il settore del commercio non trova adeguato riconoscimento nei programmi finanziati attraverso i fondi strutturali. Esso spesso viene considerato come una sorta di "appendice" alle politiche urbane e per il territorio, una visione alquanto limitativa della natura e del ruolo svolto dalle imprese del commercio e del contributo che esse possono fornire allo sviluppo regionale.

Questo non significa negare la stretta relazione tra commercio e territorio ma evidenziare che le imprese del settore presentano problematiche tecnologiche, finanziarie, organizzative del tutto analoghe a quelle che si incontrano nell'agricoltura o nell'industria.

Secondo: le politiche per la ricerca e l'innovazione, sulle quali sono concentrate – ormai – gran parte delle risorse europee e nazionali.

In esse il commercio è presente in modo marginale. Eppure l'OCSE, gli stessi studi della Commissione europea oltre che l'evidenza quotidiana, dimostrano che anche il commercio innova, attraverso la realizzazione di reti, spesso costituite da PMI, sperimentando nuovi format e modelli di business, introducendo innovazioni organizzative, adottando le nuove tecniche di design dei servizi.

Una differenza di approccio, quella relativa alle politiche per l'innovazione, che giunge a considerare come degne di attenzione le nuove forme distributive ed i nuovi servizi quando

essi derivano dall'estensione "a valle" dell'attività svolta dalle imprese di produzione e, viceversa, ignorare il fenomeno quando sono le imprese del commercio a concepire e realizzare tali innovazioni.

Come Confcommercio ci battiamo su questo punto da diversi anni, sia a livello nazionale che europeo, ed abbiamo raccolto un consistente patrimonio di *best practice* di innovazione nel commercio emerse anche tramite le diverse edizioni annuali del "Premio Nazionale per l'Innovazione nei Servizi".

Confidiamo, quindi, che già a partire dalla fase finale dell'attuale periodo di programmazione dei fondi strutturali e dei programmi per la ricerca e l'innovazione vengano definite azioni relative al nostro settore e che uno spazio ancor più rilevante venga individuato nella programmazione comunitaria 2014-2020.

Le proposte che sono contenute in questo manifesto per la programmazione 2014 - 2020 mirano pertanto a dare risposta, con interventi specifici, ai problemi evidenziati dalla Relazione 2010 sul commercio della Commissione europea e da specifiche richieste/esigenze che arrivano da imprese e territori.

2. La competitività delle PMI

2.1 Innovazione servizi

I servizi rappresentano ormai una quota abbondantemente maggioritaria del PIL dei paesi occidentali, e, anche in Italia, la quota di valore aggiunto dei Servizi, in costante crescita negli ultimi decenni, ha raggiunto livelli pari al 70%.

L'ultimo Piano Nazionale di Riforma, presentato dal Governo all'Unione Europea indicava l'aumento della produttività dei Servizi (in cui l'Europa soffre un gap significativo rispetto agli Stati Uniti, come rilevato da molte analisi economiche) come un obiettivo prioritario.

Le liberalizzazioni, soprattutto se coordinate con gli altri paesi dell'Unione, ed estese a tutti i settori dei servizi, possono certamente contribuire all'aumento della produttività ma, al tempo stesso, non è pensabile aumentare significativamente e in maniera continuativa la produttività senza innovazione.

Promuovere e favorire l'innovazione nei servizi, anche quelli tradizionali, deve quindi essere una priorità strategica del Paese.

Horizon 2020, coerentemente con la nuova definizione di innovazione del Manuale di Oslo, considera lo sviluppo di nuovi modelli di mercato e di business tra le forme di innovazione da promuovere, accanto alle più tradizionali innovazioni di prodotto e di processo.

Riteniamo che anche l'Italia debba guardare con favore e sostenere queste forme di innovazione, trasversali rispetto ai settori economici e alla dimensione d'impresa.

In tema di crescita e sviluppo, è necessaria una programmazione e, soprattutto, una vision complessiva e di lungo periodo che identifichi le potenzialità del Paese e tenga conto di quali siano i suoi, i nostri, asset distintivi su cui investire. Una visione e un piano di azione che definiscano un quadro organico di misure dedicate all'innovazione, non solo tecnologica ma anche, e soprattutto, organizzativa e di business delle MPMI e delle imprese dei servizi.

Per incentivare questo tipo di imprese e queste tipologie di attività, è necessario distinguere il concetto di Ricerca da quello di Innovazione, concetto molto più ampio, che riguarda il modo in cui l'impresa modifica il suo approccio al mercato, che ha impatti profondi sul suo modello di business, e che, molto più della ricerca (che sia di base o applicata), coinvolge anche micro e piccole imprese, spesso in maniera più difficilmente "rendicontabile" ma non per questo meno importante e meritevole di incentivazione; anzi, si tratta, spesso, di innovazioni che restano nel paese e che beneficiano il territorio, perché più difficilmente delocalizzabili; inoltre, sono

innovazioni replicabili da altre imprese, e che generano, pertanto, un importante effetto moltiplicativo.

Innovare nel settore servizi è di importanza strategica per elevare la qualità di vita sia delle imprese che operano principalmente nei centri urbani, sia dei cittadini che possono usufruire di servizi moderni ed adeguati a condizioni economiche e sociali sempre in movimento.

Per quanto riguarda gli strumenti di incentivazione alle imprese (tra l'altro oggetto di recenti tentativi di riforma che non hanno trovato approdo normativo), è necessario:

- **combinare strumenti fiscali e automatici con strumenti selettivi**, guardando inoltre agli aspetti gestionali efficienti per ridurre tempi e costi;
- introdurre strumenti specifici per la piccola e micro impresa, quale il **"voucher"** da utilizzare per piccoli progetti e attività di innovazione, specialmente per le micro e piccole imprese che operano in settori tradizionali;
- favorire l'**aggregazione** delle imprese attraverso bandi dedicati a Reti di imprese (consorzi, Ati, contratti di rete)
- favorire il **partenariato** tra il sistema delle imprese, degli enti di ricerca e delle associazioni di categoria, ad esempio, nella partecipazione alla creazione di centri di servizi specializzati nelle attività di supporto e sviluppo di programmi e progetti di innovazione e ricerca per le micro e le piccole e medie imprese, anche in coerenza con i principi affermati dallo Small Business Act;
- Finanziare un programma nazionale per l'innovazione nei servizi **"Servizi 2020"**
- Prevedere appositi interventi di investimento sul **"Service Design"**, prendendo esempio dagli interventi diretti della Commissione Europea su tale tipo di attività;
- Favorire il **riorientamento del business** delle micro e piccole attività tradizionali del settore terziario, in base ai nuovi mutamenti sociali ed economici

Interventi/Azioni:

- Bandi indirizzati alla creazione di reti di imprese finalizzate alla costituzione di piattaforme commerciali di tipo tradizionale (principalmente innovazione organizzativa e di format) ed on line
- Bandi di finanziamento per lo start up di nuove imprese innovative nei settori commercio, turismo e servizi (con presenza di tecnologia ma non in misura prevalente/assoluta)
- Bandi per il "riorientamento del business" di imprese già attive nei settori commercio e turismo, finalizzati alla modernizzazione delle attività economiche in base ai mutati e mutandi comportamenti di consumo e lavoro rispettivamente di cittadini e imprese
- Bandi per il finanziamento di "servizi qualificati per l'innovazione" diretti al check up aziendale e alla progettazione dell'investimento innovativo
- Bandi per finanziare investimenti in "service design" (progettazione di un servizio) finalizzati ad investimenti in innovazione non tecnologica, orientata al mercato, con focus specifico sul design;

Proprio con questi obiettivi, crediamo sia fondamentale riattribuire al Ministero dello Sviluppo Economico le funzioni di promotore della competitività delle PMI. Con la scelta del 2007 di destinare le risorse per lo sviluppo delle PMI al PON Ricerca e Competitività si sono svuotati i principali strumenti incentivanti per l'impresa a titolarità del Ministero dello Sviluppo Economico, a vantaggio degli incentivi alla ricerca presidiati dal Miur.

Con la nuova programmazione 2014-2020 il MISE dovrà quindi essere titolare di un apposito programma nazionale per lo sviluppo e la competitività delle piccole e medie imprese che prenda in considerazione obiettivi ed azioni per favorire l'innovazione nelle MPMI industriali, commerciali, artigianali, turistiche e dei servizi ad imprese e persone.

2.2 Credito

Un rapporto più collaborativo tra banca e impresa, tra banche e MPMI è componente rilevante di un'efficace politica rivolta al sostegno del sistema produttivo.

L'accesso al credito è certamente un problema che taglia trasversalmente il Paese, i settori produttivi, le imprese. Per le MPMI l'accesso sempre più ristretto al credito si traduce in bassa propensione agli investimenti, al rinnovamento delle strutture ed alla conseguente difficoltà a mantenere standard qualitativi in linea con le richieste del mercato.

In una fase di perdurante crisi economica e di stretta creditizia i confidi rappresentano, di fatto, uno dei pochi strumenti, insieme al Fondo centrale di garanzia, dimostratisi efficaci per il sostegno del credito alle micro, piccole e medie imprese.

Vi è l'esigenza oggi, nell'interesse di queste ultime, di un rafforzamento patrimoniale del sistema dei confidi, preservandone nel contempo la prossimità operativa rispetto al tessuto imprenditoriale.

Le contrazioni nell'erogazione del credito bancario già verificatesi, in particolare per il segmento delle imprese di minori dimensioni nel corso del 2012, rischiano di accentuarsi ulteriormente qualora vengano imposti alle banche più stringenti requisiti patrimoniali, in relazione all'adozione dei criteri previsti dagli accordi di Basilea 3.

Vi è poi il tema della **modernizzazione del sistema dei pagamenti**. Essa rappresenta un fattore importante per la crescita del nostro Paese, ma non deve concretizzarsi in un aggravio di oneri per le imprese.

E' dunque fondamentale accompagnare l'introduzione di obblighi di accettazione di sistemi di pagamento elettronici con l'adozione di interventi per la riduzione delle relative commissioni bancarie, tenendo conto soprattutto delle economie di scala e di scopo conseguite dall'industria dei pagamenti elettronici.

La debolezza della domanda interna e la difficoltà ad incassare i crediti generano la riduzione dei flussi di cassa con problemi rilevanti per il finanziamento del capitale circolante e, dunque, dell'attività corrente delle imprese.

Le MPMI hanno crescenti difficoltà di accesso al credito bancario che rappresenta spesso l'unica fonte esterna di finanziamento.

E' fondamentale irrobustire la capitalizzazione delle imprese **incentivando i prestiti partecipativi**, nonché **rafforzare e valorizzare il ruolo dei sistemi di garanzia mutualistica fidi** per l'accesso al credito bancario sia a breve, che a medio/lungo termine delle MPMI.

Soprattutto i Confidi connessi strutturalmente con la rete associativa diffusa, sfruttando quindi la vicinanza con il loro territorio di riferimento, hanno avuto la capacità di portare al sistema bancario, nei difficili anni della crisi, quegli indispensabili elementi di conoscenza delle imprese che hanno permesso al sistema bancario di considerare il merito di credito con occhio maggiormente attento alla qualità dell'impresa, piuttosto ai parametri quantitativi dei bilanci e degli andamenti, consentendo di veicolare mezzi finanziari fondamentali per il sostegno e lo sviluppo economico e sociale delle realtà di cui fanno parte, svolgendo l'insostituibile ruolo di ammortizzatori sociali nel rapporto banche/imprese ed assumendo una quota rilevante del rischio economico connesso alle azioni di finanziamento del sistema produttivo.

E' quindi necessario che i nuovi programmi 2014-2020 possano:

- sostenere l'accesso al credito delle imprese per ricostituire **la liquidità ed il capitale circolante delle imprese**; e di ciò bisogna tenere conto non solo nelle politiche finanziarie, ma anche nella definizione degli interventi pubblici di incentivazione alle micro, piccole e medie imprese sia a livello nazionale sia territoriale
- sostenere con maggiore convinzione l'intervento finalizzato a **recuperare la solidità patrimoniale dei Confidi** di matrice associativa. Va rivisto il regime di regolazione, va incentivata una ulteriore razionalizzazione del sistema, attraverso processi di aggregazione (anche in rete) delle strutture esistenti

- rendere sempre più fruibile da parte delle imprese di piccole e medie dimensioni **il Fondo di garanzia per le PMI**, che negli ultimi anni si è sempre più affermato come infrastruttura permanente per facilitare l'accesso al credito
- la previsione di incentivi, possibilmente automatici, per introdurre **moderni sistemi di pagamento** come il mobile payment, il touch pay, sistemi in Rfid, ecc..

2.3 Energia

La riduzione dei costi dell'approvvigionamento energetico – tradizionale fattore critico del nostro Paese e tema tanto più rilevante in uno scenario di strutturale tendenza al rialzo dei prezzi delle commodities energetiche – rimane una priorità assoluta per favorire competitività, crescita e sviluppo delle imprese.

A tal riguardo, nell'ambito delle azioni avviate a livello comunitario per la lotta ai cambiamenti climatici, si ritiene opportuno indicare una serie di interventi a misura di MPMI che, se supportati dall'avvio di un'adeguata programmazione finanziaria, potranno innescare considerevoli benefici in termini di rilancio degli investimenti, miglioramento delle performances ambientali delle PMI, riduzione dei loro costi energetici e rilancio della competitività.

Interventi/Azioni:

PROMOZIONE DELL'EFFICIENZA ENERGETICA:

- interventi di riqualificazione energetica dell'edilizia in termini di miglioramento dell'involucro di edifici privati e pubblici (ES: acquisto di materiale edilizio/finestre/ristrutturazioni);
- interventi sugli impianti in edifici per la produzione di calore e/o raffrescamento e/o energia elettrica (caso cogenerazione) ammessa sia la sostituzione che l'integrazione;
- incentivazione su audit energetici in favore di MPMI;
- installazione di nuovi corpi illuminanti in sostituzione dei precedenti;
- installazione di stabilizzatori di tensione;
- installazione di misuratori digitali per il rilevamenti dei consumi energetici di singoli centri di costo presenti all'interno di un'impresa;
- sostituzione di apparecchiature/elettrodomestici con prodotti ai massimi livelli di risparmio energetico (label A++);

PROMOZIONE DELLE FONTI RINNOVABILI:

- installazione di impianti innovativi per la produzione di energia termica/elettrica/frigorifera alimentati da fonti rinnovabili;

RETE ELETTRICA (POST CONTATORE):

- investimenti nel campo della domotica e dell'adeguamento della rete elettrica "domestica" (dal contatore in poi);
- progetti per lo sviluppo di sistemi di distribuzione di energia elettrica chiusi ad opera di soggetti privati (non concessionari);

2.4 Infrastrutture, Trasporti e Logistica

Il tema delle infrastrutture, viene dibattuto da anni, e l'accento sovente si pone sulla necessità di un intervento strutturale nel settore per recuperare il gap di dotazione. A tal proposito, è necessario evidenziare:

- la relazione delle infrastrutture con la crescita economica non è determinata dalla valutazione quantitativa del numero di porti, aeroporti o dai chilometri di strade rispetto alla superficie o alla popolazione di un territorio; ma dalla capacità delle infrastrutture di fare sistema per offrire un livello di servizi adeguato ai fabbisogni di mobilità;

- le infrastrutture diventano beni pubblici competitivi – (capitali delle reti). L'accessibilità e la connettività di rete sono elementi centrali per la competitività dei sistemi territoriali di riferimento e per il riposizionamento geo-economico e geo-politico sul piano interno ed internazionale;
- la connettività delle reti, intesa come efficace integrazione tra i diversi livelli gerarchici che le compongono (rete principale portante, reti minori capillari), a causa della diffusione insediativa delle imprese e della popolazione, assume un ruolo fondamentale nel sostegno alla crescita economica.

Questi devono essere i punti centrali di una rinnovata politica per la mobilità dei territori italiani.

Quello che ormai rileva nella competitività dei sistemi economici non è più la distanza dai principali centri di produzione o consumo, ma il tempo necessario per accedere ad essi, nonché l'affidabilità e la qualità complessiva dei relativi spostamenti delle persone e delle merci, dalla lunga distanza all'ultimo miglio.

L'accessibilità dei territori, intesa come beneficio netto che l'utente ottiene dall'uso del sistema di trasporto, a causa delle diverse dinamiche che hanno caratterizzato, in Italia, la domanda e l'offerta di mobilità, (ovvero il traffico e l'estensione delle reti) si è, ridotta nelle province italiane nell'ordine del 15% nel passaggio dal 2000 al 2010.

Una simulazione del nostro ufficio studi è riuscita a quantificare in oltre 62 miliardi di euro la perdita di PIL sperimentata nel decennio dal sistema Paese, a causa di tale peggioramento dell'accessibilità.

Un secondo esercizio ha stimato, inoltre, in 142 miliardi di euro a prezzi costanti del 2010 l'incremento di PIL che si sarebbe potuto conseguire nel decennio, se l'Italia avesse potuto godere degli stessi livelli di accessibilità della Germania.

Infine, in riferimento ai divari territoriali, un terzo esercizio ha quantificato in 50 miliardi di euro (+3,2%) l'incremento teorico di PIL che si sarebbe potuto registrare nel 2010 qualora le regioni meridionali avessero potuto godere di livelli di accessibilità pari a quelli della buona pratica settentrionale.

Alla luce di quanto esposto, è essenziale promuovere nel settore delle infrastrutture e dei trasporti una strategia integrata di intervento, che abbia come finalità ultima il miglioramento dell'accessibilità alle merci e alle persone dei nostri territori.

Si ritiene, pertanto, che le priorità da collocare nell'azione politico-istituzionale del Paese siano le seguenti:

Interventi/azioni:

- implementazione del corridoio prioritario TEN T Helsinki-Valletta: ferrovia AV Na-BA, collegamento ferroviario Bari-Taranto, direttrice tirrenica, potenziamento e velocizzazione ferrovie Sicilia;
- interventi integrati a sostegno della mobilità urbana delle persone e delle merci, collegamento delle città alla rete ferroviaria, sistemi di trasporto rapido di massa e piattaforme logistiche;
- potenziamento delle infrastrutture portuali, integrazione con la rete ferroviaria (per es Taranto, Cagliari, Gioia tauro, Porto Torres), raccordi, allungamento fasci binari in banchina (400-600 metri) e elettrificazione;
- piastra Logistica Euro mediterranea della Sardegna, Distripark Taranto, Distretto Logistico Gioia Tauro;
- infrastrutture per le Autostrade del Mare (Sicilia, Sardegna, Campania, Puglia);

3. Città e Crescita sostenibile

Il nostro è un paese composto da tante realtà urbane - piccole, medie, grandi - ciascuna con il proprio patrimonio storico-culturale che mantiene ben riconoscibili le tracce di un passato nel quale la città è stata un luogo di incontro e di scambio, un grande laboratorio nel quale si sono create condizioni favorevoli alla convivenza e alla convivialità.

Le città ancor oggi rappresentano il motore dell'economia oltre che il luogo privilegiato della ricerca, dell'innovazione, della partecipazione e della convivenza, della cultura e dell'istruzione. Nelle città italiane si stanno tuttavia producendo contraddizioni sempre più visibili, che delineano i termini di una vera e propria "questione urbana".

Gli interventi sul territorio sono stati spesso realizzati in forma episodica e con strumenti normativi, procedurali e progettuali inadeguati. Interventi spesso non omogenei sulle differenti zone del territorio.

I Piani regolatori generali, i Progetti di riqualificazione urbana, i Piani del traffico o della Mobilità sono stati spesso realizzati senza tenere nella dovuta considerazione la struttura e le necessità logistiche dei sistemi economici e sociali esistenti (commercio, turismo, artigianato, ...) e le diversità delle anime del territorio.

Le città sono tuttavia un formidabile propellente per la crescita: ripartire dalle città è una tesi che ha solide fondamenta, basti pensare che nelle maggiori 100 città italiane si concentra il 67% della popolazione, l'80% del PIL e il 75% delle imprese attive. Le aree urbane rappresentano un elemento strategico per la crescita del Paese e per innovare le basi di competitività economica e la coesione sociale.

E' necessario quindi sostenere e sviluppare politiche di rilancio delle città e delle economie urbane basate su processi di riqualificazione urbana e rivitalizzazione economica utili ad attivare processi economici capaci di rilanciare lo sviluppo ed in particolare il mercato edilizio, la fornitura dei servizi, la riqualificazione degli spazi pubblici e del patrimonio immobiliare pubblico e privato, anche mediante operazioni di sostituzione edilizia che sappiano offrire alle imprese e ai cittadini una migliore condizione per operare e una migliore qualità della vita che agisca anche sulla sicurezza dell'abitare o dell'esercitare attività economiche esaltando il senso di appartenenza ai luoghi.

Bisogna però riconoscere che la pianificazione del territorio è un'attività complessa che necessita di una multidisciplinarietà di competenze urbanistiche, sociologiche, di business, ingegneristiche, informatiche, giuridiche, ...

Gli obiettivi del governo del territorio devono coincidere con la necessità di avviare una nuova gestione della pianificazione urbanistica e territoriale, commerciale, turistica, trasportistica e viabilistica, promuovendo un uso misto del territorio mediante l'integrazione tra opere ed interventi diversi che sappia superare una prassi consolidata e deleteria che rappresenta un vero e proprio "nodo procedurale" di elevata problematicità e che possa costruire le migliori condizioni per un efficace impiego delle risorse dei Fondi Strutturali dell'Unione Europea 2014 - 2020 e di quelle contemplate dal Fondo per il Piano Nazionale delle città 2012 - 2017.

4. Turismo

Una concezione errata del turismo diffusa a livello di sistema paese - che ancora stenta a riconoscere il turismo come vero e proprio settore dell'economia che genera consumi e valore aggiunto - oltre ad una serie di questioni aperte da troppo tempo, sono alla base della mancata valorizzazione di una delle più grandi ricchezze nazionali.

Sulla prima, basterebbero due dati del primo Conto Satellite del Turismo realizzato da ISTAT - produzione del 6% del PIL senza contare l'indotto, 114 miliardi di consumi turistici interni - per comprendere che questo settore, e la vasta schiera di imprese e risorse che in esso operano e vengono impiegate, deve essere posto al centro di qualsiasi strategia di rilancio dell'economia nazionale.

“Think tourism first” potrebbe essere lo slogan appropriato per lanciare un messaggio ampio in tale senso, vale a dire, pensare tutte le politiche, le strategie ed i provvedimenti di questo Paese anche in una logica di loro strumentalità per lo sviluppo del turismo e non, come da anni avviene, andando a controllare solo ex post quali effetti essi hanno avuto sull’economia del settore.

Se non si compie a tutti i livelli questo salto di qualità l’Italia perderà una chance fondamentale a tutto vantaggio di economie europee ed internazionali in competizione, che pur prive delle nostre attrattive turistiche ambientali e culturali, implementano ogni anno il loro PIL con crescenti quote realizzate da questo settore, generate paradossalmente anche dai flussi turistici diretti nel nostro paese.

Chiarito questo, mettere mano alla risoluzione delle questioni del turismo aperte e mai risolte diventa una conseguenza logica ed immediata.

Ne citiamo alcune fra le più importanti.

Una governance ridistribuita, con l’apporto legislativo coordinato e concorrente di Stato e Regioni, è il primo risultato da ottenere, per essere più incisivi sulle politiche comunitarie e creare ambiti di indirizzo nazionale precisi, che si affianchino all’attività normativa e regolamentativa specifica dei territori dove l’attività economica del turismo si svolge.

Una promozione efficace, moderna e coordinata con le imprese che creano e distribuiscono servizi turistici per la domanda interna ed internazionale, per porre fine agli sprechi di risorse preziose, vista anche in logica sistemica con le iniziative di altri settori come la moda, il food, e le multiformi espressioni della cultura, che da parallele potrebbero e dovrebbero diventare sinergiche se solo ci fosse un coordinamento almeno delle informazioni in tale senso.

Think tourism first vuole dire una politica fiscale, del credito, del lavoro, della sicurezza e dei rapporti internazionali che tenga conto delle specificità del turismo: da un ragionamento in tale senso sulle aliquote IVA e sulla tassazione dei cespiti, viste come elemento di grande influenza sul panorama competitivo, ad una nuova cultura della valorizzazione degli asset e dei piani di sviluppo delle imprese del settore ai fini dell’accesso al credito, ad una flessibilità dei contratti ragionata e coerente con le specificità e la stagionalità.

Non sfugga in questo senso l’incidenza pesante sul turismo delle farraginosità nel processo di concessione di visti di ingresso per i turisti provenienti dai paesi ai quali viene richiesto, così come della mancanza, nei principali accordi politici di collaborazione internazionale, anche solo della menzione degli scambi di flussi ed opportunità di business turistici come elemento di reciproco impegno. Né la ricaduta che effetti indotti ad esempio da una politica fiscale in senso federalista, con l’introduzione delle tasse di soggiorno, o da quella sulle liberalizzazioni, con il rischio concreto di incremento delle attività abusive pur controbilanciato dalla parziale riduzione dei costi della burocrazia, hanno su questo fondamentale driver per l’economia italiana.

Sia ben chiaro in fine l’effetto moltiplicativo, in termini di consumi generati e di ottimizzazione dei cicli produttivi mediante la destagionalizzazione, di iniziative a sostegno della domanda interna, soprattutto se rivolte a fasce cosiddette deboli della popolazione, dagli incentivi per fruire delle vacanze a cittadini con basso reddito al supporto degli investimenti nell’accessibilità per tutti e nella sostenibilità.

Il turismo, più specificamente, chiede in via prioritaria:

- a. la messa in rete ed adeguamento delle dotazioni infrastrutturali esistenti, oltre a realizzare quelle mancanti;
- b. una politica dei trasporti interni ed internazionali adeguata alle strategie di sviluppo del settore e della necessità di trattenere in Italia quote crescenti del PIL generato;
- c. il miglioramento della qualità e fruibilità del patrimonio ambientale e culturale in senso ampio, da mettere adeguatamente a reddito in chiave di sviluppo turistico;
- d. l’ottimizzazione e rafforzamento dell’attività promozionale del marchio Italia, anche mediante integrazioni tra turismo ed altri settori;
- e. che vengano affrontate le questioni di una fiscalità attenta alle caratteristiche del turismo, di un sistema del credito capace di valorizzarne adeguatamente gli asset ed i ritorni sugli

investimenti, di un necessario abbattimento delle procedure e dei costi della burocrazia, di una adeguata tutela dall'abusivismo, della sicurezza e di relazioni internazionali adeguate alla crescita del settore;

- f. politiche a sostegno della domanda interna e degli investimenti delle imprese per migliorare l'accessibilità e la sostenibilità.

5. Governance

Con la programmazione 2007-2013, il QSN ha previsto un ruolo consultivo del Partenariato economico e sociale finalizzato al recepimento delle reali esigenze di imprese, lavoratori e cittadini.

Purtroppo, sia in ambito nazionale che territoriale non c'è stata sufficiente attenzione della PA su questo punto.

Troppo spesso ministeri e regioni hanno pubblicato bandi che non potevano soddisfare le esigenze di mercato delle imprese e conseguentemente si è ridotta l'efficacia degli interventi.

La nostra richiesta è quella di prevedere nel 2014-2020 una più stretta e fattiva collaborazione tra Partenariato economico e PA, al fine di indirizzare al meglio le risorse previste nei piani operativi nazionali e regionali.

Pertanto sarebbe auspicabile che ogni amministrazione attuatrice delle politiche di coesione, debba coinvolgere le associazioni delle imprese nella fase di costruzione del bando, cercando di far convergere, sempre nel pieno rispetto dei regolamenti comunitari, gli indirizzi delle politiche pubbliche programmate con le esigenze delle imprese, massimizzando in questo modo l'utilizzo delle risorse stesse.

Analisi delle 11 aree tematiche

Di seguito si propongono alcune schede tecniche che individuano, nell'ottica della finalizzazione ed oggettivazione prevista dal partenariato, gli obiettivi concreti e gli strumenti collegati al fine di programmare coerentemente l'operatività dei fondi comunitari per la coesione sociale.

Scheda 1) Rafforzare la ricerca, lo sviluppo tecnologico e l'innovazione.

Obiettivo generale ⇒ aumentare la percentuale di imprese (indicando la % di incremento rispetto al totale delle imprese esistenti in regione) che pongono in essere una delle seguenti azioni strategiche per la vita della propria impresa:

| Obiettivi specifici | Indicatori di risultato | Strumenti | Azioni |
|---|--|--|--|
| Rafforzare e qualificare la domanda di innovazione del territorio e delle imprese | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____% di imprese del terziario che apportano innovazione nei processi lavorativi e nei servizi erogati ▪ _____% di imprese del terziario che utilizzano e – commerce ▪ _____% imprese che elaborano e applicano nuovi modelli commerciali, comprese le nuove catene del valore e una nuova organizzazione commerciale, in particolare al fine di facilitare l'internazionalizzazione ▪ _____% di imprese | <ul style="list-style-type: none"> ▪ bandi per reti di imprese finalizzati all'innovazione ▪ bandi a domanda individuale sull'innovazione (inclusa quella in materia di sicurezza) | sviluppo di azioni congiunte tra soggetti della produzione (imprese), della ricerca (università e CNR) e della pubblica amministrazione creazione di un centro regionale di ricerca per l'innovazione nel terziario partecipazione a fiere, eventi, manifestazioni visite di studio (anche transnazionali) |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | <p>che realizzano strategie di erogazione di servizi basati su tecnologie digitali</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____ % di imprese del terziario che attuano service design ▪ _____% di imprese che introducono modifiche assortimentali, cambi di categorie, innovazioni nell'offerta (cambi di format commerciali e di servizio e/o posizionamento commerciale) ▪ _____% di imprese che introducono nuovi servizi di prossimità (legati ai bisogni dei cittadini, soprattutto fasce deboli) ▪ _____ % di imprese del terziario che modificano il layout dei punti vendita ▪ _____ % di imprese del terziario che introducono sistemi di sicurezza anche innovativi ▪ _____ % di imprese del terziario che introducono in azienda innovativi sistemi per l'abbattimento delle barriere architettoniche | | |
| <p>Promuovere le imprese operanti nel settore dei servizi ad</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____ % di imprese che realizzano studi e ricerche di mercato finalizzate ad ottimizzare l'incontro | <ul style="list-style-type: none"> ▪ contributi per lo start up innovativo ▪ bandi per reti di imprese finalizzati all'innovazione ▪ voucher per assistenza e | <p>Analisi, studi, ricerche Azioni di consulenza in risposta alla domanda di innovazione delle imprese</p> |

| | | | |
|--|--|--|--|
| <p>alta intensità di conoscenza e ad alto valore aggiunto tecnologico</p> | <p>domanda/offerta di beni e servizi</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____ % di imprese del terziario che attuano riorientamento al business ▪ _____ % di start up innovative ▪ _____ % di imprese che attivano al loro interno servizi innovativi ▪ | <p>consulenza strategica</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ bandi a domanda individuale sull'innovazione (inclusa quella in materia di sicurezza) ▪ ▪ ▪ | |
| <p>Aumentare l'occupazione nelle imprese di profili di alta qualificazione tecnologica</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____ % di imprese del terziario che realizzano studi e analisi dei processi produttivi per ottimizzare la gestione delle risorse, anche in ottica di sviluppo sostenibile, di responsabilità sociale, di attivazione di processi di innovazione tecnologica (qui produzione è intesa in senso economico e comprende quindi non solo la produzione di beni ma anche l'erogazione di servizi) ▪ _____ % di imprese che realizzano studi e analisi dei fabbisogni formativi del personale per l'adeguamento delle competenze ai processi di innovazione in atto nella società e nei mercati ▪ _____ % di imprese del terziario che impiegano profili ad alto livello di specializzazione in ambito | <ul style="list-style-type: none"> ▪ contributi per l'occupazione nel settore ICT ▪ contributi per l'alta formazione e work experience finalizzate all'ammodernamento e/o sviluppo ITC nelle imprese del territorio ▪ | <p>formazione capitale umano indirizzata a formare profili di alta qualificazione tecnico – scientifica aggiornamento dei lavoratori visite di studio (anche transnazionali)</p> |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | tecnico-commerciale/ economico <ul style="list-style-type: none"> _____ % di occupati con profili di alta qualificazione tecnico - scientifica nei settori ICT avanzati | | |
|--|---|--|--|

Scheda 2) Migliorare l'accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nonché l'impiego e la qualità delle medesime.

Obiettivo generale ⇒ aumentare la percentuale di imprese (indicando la % di incremento rispetto al totale delle imprese esistenti in regione) che pongono in essere una delle seguenti azioni strategiche per la vita della propria impresa:

| Obiettivi specifici | Indicatori di risultato | Strumenti | Azioni |
|---|--|--|--|
| Favorire la diffusione dell'ICT nelle PMI | <ul style="list-style-type: none"> _____ % di imprese del terziario che utilizzano sistemi innovativi di pagamento _____ % di imprese del terziario che utilizzano ERP, CRM e software gestionali _____ % di imprese del terziario che acquisiscono nuove dotazioni tecnologiche (non necessariamente software) _____ % di imprese del terziario che investono in strategie di presenza on line (non solo vendita di beni ma anche erogazione di servizi e | <ul style="list-style-type: none"> finanziamento degli investimenti per la banda larga ed ultra larga bandi per reti di imprese finalizzati all'innovazione bandi a domanda individuale per l'ICT voucher per assistenza e consulenza strategica contributi per lo start up contributi per l'occupazione formazione | <ul style="list-style-type: none"> animazione delle imprese aggiornamento e formazione dei lavoratori e degli imprenditori azioni di fidelizzazione del cliente convenzioni e azioni strategiche per l'introduzione e il potenziamento dell'e-commerce accompagnamento alle imprese per l'introduzione dell'ITC |

| | | | |
|---|---|---|--|
| | <p>attività collaterali di assistenza clienti)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____ % di imprese del terziario che investono in ICT per realizzare strategie di analisi e di intercettazione della potenziale utenza e di definizione della propria offerta ▪ _____ % di imprese che utilizzano l'e-procurement ▪ _____ % di incremento del livello di competenza degli imprenditori del terziario sull'uso del web e del social networking per incrementare produttività e volumi di vendita ▪ | <p>capitale umano</p> | |
| <p>Sostenere l'offerta di servizi attraverso l'applicazione dell'ITC e promuovere soluzioni per le smart cities and communities</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____ % di imprese del terziario che sviluppano sistemi di Open Data nel Turismo (v. progetto Smart Cities) ▪ _____ % di servizi erogati dalle Associazioni di categoria fruibili on line ▪ _____ % di imprese che effettuano investimenti in web | <ul style="list-style-type: none"> - bandi per la creazione di open data utilizzabili a fini turistici - voucher per assistenza e consulenza strategica - finanziamento degli investimenti per la banda larga ed ultra larga | <ul style="list-style-type: none"> - Reti di imprese - Integrazione imprese-enti locali - Azioni mirate all'apertura e condivisione di dati e informazioni - Introduzione e sviluppo di servizi all'utente fruibili on line - Sensibilizzazione e formazione dei cittadini per la fruizione di alcuni |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | <p>promotion e SEO</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____% di imprese che partecipano in maniera diretta o indiretta a azioni previste nella creazione di Smart Cities and communities ▪ _____% di incremento della diffusione nell'utilizzo del web da parte dei cittadini ▪ _____% di cittadini che acquistano on line ▪ _____% di imprese che accedono ai servizi digitali della PA ▪ _____% di imprese del commercio e del turismo che mettono a disposizione dei propri clienti ed, in genere, della collettività, sistemi di connessione libera (wi-fi) | - | servizi attraverso strumenti dell' ITC |
|--|--|---|--|

Scheda 3) Promuovere la competitività delle PMI, ecc.

Obiettivo generale ⇒ aumentare la percentuale di imprese (indicando la % di incremento rispetto al totale delle imprese esistenti in regione) che pongono in essere una delle seguenti azioni strategiche per la vita della propria impresa:

| Obiettivi specifici | Indicatori di risultato | Strumenti | Azioni |
|---------------------|-------------------------|-----------|--------|
|---------------------|-------------------------|-----------|--------|

| | | | |
|---|---|---|--|
| <p>Agevolare la crescita e l'avvio di impresa</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____ % Start Up innovative e Start Up per crisi industriale ▪ _____ % di imprese che attivano processi di riconversione industriale (non solo start up!) ▪ _____ % di imprese del terziario che investono in progetti di innovazione di processo e/o di prodotto/servizio (ammodernamento processi di produzione, trasformazione, commercializzazione) ▪ _____ % di imprese del terziario che puntano alla crescita dimensionale ▪ qualificazione dell'offerta di servizi di supporto alla competitività delle imprese ▪ _____ di imprese del terziario che acquisiscono servizi di qualità per il riorientamento al business ▪ sostegno al sistema dei Confidi associativi ▪ sostegno all'incoming | <ul style="list-style-type: none"> ▪ bandi a domanda individuale per lo start up anche innovativo o post crisi industriali ▪ voucher per assistenza e consulenza strategica per il riorientamento al business ▪ bandi per la costituzione di reti o aggiunta di un settore o la diversificazione/specializzazione ▪ contributi per l'occupazione (stabilizzazione precari, alternanza scuola/lavoro, ITS, Borse Studio e Tirocini, ecc.) ▪ formazione capitale umano ▪ contributi ai fondi rischi dei Confidi associativi ▪ bandi per il rafforzamento dei sistemi territoriali e di filiera, per la promozione integrata di prodotti, servizi e risorse del territorio ▪ | <ul style="list-style-type: none"> ▪ analisi, studi, ricerche ▪ animazione delle imprese ▪ reti in generale ▪ sostegno alle società di incoming turistico ▪ partecipazione a fiere, eventi, manifestazioni ▪ visite di studio (anche transnazionali) |
|---|---|---|--|

| | | | |
|------------------------|---|--|---|
| | <p>turistico</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____% di imprese che acquistando da produttori locali ▪ _____% di imprese che realizzano interventi di razionalizzazione dei processi di produzione, trasformazione e commercializzazione ▪ _____% di imprese che valorizzano i prodotti tipici ▪ _____% di accordi di cooperazione tra aziende di trasformazione e commercializzazione e soggetti deputati alla promozione e commercializzazione di prodotti/servizi turistici ▪ ____% di imprese che accedono a finanziamenti per lo sviluppo di impresa ▪ _____% di imprese che effettuano di azioni di retail/consumer marketing | | |
| Migliorare il capitale | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____% | <ul style="list-style-type: none"> ▪ contributi per | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Percorsi di |

| | | | |
|---|--|---|---|
| <p>umano e l'offerta delle risorse umane qualificate</p> | <p>di percorsi attivati di alternanza scuola-lavoro (anche all'estero)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ sostegno a sistemi di matching tra figure professionali carenti ed imprese ▪ formazione delle figure carenti ▪ aumento _____ % di imprese del terziario che investono in occupazione qualificata ▪ _____ % di imprese del terziario che investono formazione per la riqualificazione professionale e/o l'aggiornamento e/o la riconversione dei lavoratori ▪ _____ % di imprese del terziario che investono nell'innovazione dei beni strumentali e nella riqualificazione tecnologica ▪ | <p>l'occupazione (stabilizzazione precari, alternanza scuola/lavoro, ITS, Borse Studio e Tirocini, ecc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ finanziamenti formazione capitale umano ▪ finanziamenti formazione adattabilità | <p>formazione in alternanza</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Percorsi di formazione con work experience ▪ percorsi di aggiornamento del personale assunto |
| <p>Aumentare la competitività del sistema economico e imprenditoriale della regione</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____ % di imprese della distribuzione commerciale che sperimentano modelli di export___ % di | <ul style="list-style-type: none"> ▪ bandi per imprese individuali o reti che internazionalizzano ▪ bandi per la costituzione di reti o aggiunta di un settore o la | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Azioni di promozione dell'exprot ▪ Costituzione e animazione di reti di imprese |

| | | | |
|---|---|--|--|
| attraverso processi di internazionalizzazione | imprese della distribuzione commerciale che partecipano a partenariati a favore delle filiere produttive per l'internazionalizzazione | diversificazione/specializzazione - bandi per il rafforzamento dei sistemi territoriali e di filiera, per la promozione integrata di prodotti, servizi e risorse del territorio | |
|---|---|--|--|

Scheda 4) Sostenere la transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio in tutti i settori

Obiettivo generale ⇒ aumentare la percentuale di imprese (indicando la % di incremento rispetto al totale delle imprese esistenti in regione) che pongono in essere una delle seguenti azioni strategiche per la vita della propria impresa:

| Obiettivi specifici | Indicatori di risultato | Strumenti | Azioni |
|--|--|--|---|
| Migliorare l'efficienza energetica e promuovere l'energia intelligente | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____ % di imprese del terziario che accedono ai bandi sull'efficienza energetica e la micro-generazione, abbassando le soglie di ingresso ▪ _____ % di imprese del terziario che adottano una certificazione ambientale ▪ _____ % di imprese del terziario che passano all'uso di fonti | <ul style="list-style-type: none"> ▪ bandi per reti di imprese ▪ bandi a domanda individuale per la certificazione ambientale ▪ voucher per assistenza e consulenza strategica ▪ bandi per il passaggio da fonti tradizionali a fonti rinnovabili ▪ avvisi per la formazione capitale umano | <ul style="list-style-type: none"> ▪ animazione delle imprese ▪ percorsi di formazione e specializzazione ▪ consulenze e accompagnamento per il reperimento di finanziamenti |

| | | | |
|---|---|---|--|
| | <p>rinnovabili</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____ % di imprese del terziario che partecipano a progetti di Smart Grids (illuminazione, monitoraggio energetico) ▪ _____ % di imprese del terziario che investono nella formazione di competenze specialistiche per la gestione dei processi produttivi sostenibili ▪ _____ % di imprese del terziario che assumono persone specificamente formate per l'ottimizzazione dei processi produttivi in chiave sostenibile | | |
| <p>Migliorare la qualità energetica degli ambienti urbani ed accrescere la mobilità elettrica</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Incremento della mobilità sostenibile ▪ Incremento della realizzazione di progetti pubblico-privati di City Logistic | <ul style="list-style-type: none"> ▪ bandi per le smart grids ▪ sostegno a progetti di mobilità sostenibile ▪ sostegno a progetti di city logistic | |

Scheda 6) Tutelare l'ambiente e promuovere l'uso efficiente delle risorse

Obiettivo generale ⇒ aumentare la percentuale di imprese (indicando la % di incremento rispetto al totale delle imprese esistenti in regione) che pongono in essere una delle seguenti azioni strategiche per la vita della propria impresa:

| Obiettivi specifici | Indicatori di risultato | Strumenti | Azioni |
|--|--|---|---|
| Tutelare e promuovere gli asset naturali e culturali | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____ % di imprese del terziario che partecipano a progetti sperimentali di raccolta differenziata (Green Code 2013) ▪ _____ % di imprese della macellazione che partecipano ad una piattaforma sperimentale con Gesenu per la raccolta degli scarti ▪ _____ % di imprese del settore del mobile che partecipano a progetti sperimentali di raccolta differenziata degli imballaggi ▪ _____ % di imprese del terziario che investono nell'innovazione | <ul style="list-style-type: none"> ▪ bandi per reti di imprese e a domanda individuale finalizzati alla sperimentazione di sistemi di raccolta differenziati innovativi ▪ investimenti pubblico-privati su servizi aggiuntivi (stile "Smart Cities") in open data, realtà aumentata ed altre tecnologie dell'informazione | <ul style="list-style-type: none"> ▪ investimenti pubblici nella promo-commercializzazione del brand Umbria ▪ investimenti pubblici nelle infrastrutture serventi il turismo (aeroporto, nodi stradali, ecc.) ▪ investimenti pubblici in manutenzione del patrimonio ▪ sostegno alla nascita di un incubatore per imprese e professionalità legate al mondo della cultura sostegno all'integrazione tra filiere |

| | | | |
|---|--|---|---|
| | dei processi produttivi finalizzati alla riduzione degli impatti ambientali | | |
| Turismo e Cultura (Think Tourism First) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____ % di incremento di arrivi e presenze (va indicato l'arco temporale) in Umbria ▪ _____ % di incremento di prodotti turistici offerti e venduti che prevedono integrazione con il territorio (valorizzazione risorse naturali, culturali, ecc) ▪ _____ % di incremento del patrimonio storico-artistico-paesaggistico mantenuto ▪ _____ % di incremento dei turisti che fruiscono del patrimonio storico-artistico-paesaggistico ▪ _____ % di incremento della spesa media del turista | <ul style="list-style-type: none"> ▪ investimenti pubblico-privati su servizi aggiuntivi (stile "Smart Cities") in open data, realtà aumentata ed altre tecnologie dell'informazione vocate al turista | <ul style="list-style-type: none"> ▪ sostegno allo sviluppo dell'ecoturismo ▪ creazione e promozione di un'offerta turistica innovativa ▪ creazione e promozione di reti d'imprese |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ costituzione di un incubatore di imprese e professioni vocate alla cultura ▪ _____% di imprese turistiche che sviluppano un'offerta sostenibile ▪ sviluppare l'ecoturismo | | |
|--|---|--|--|

Scheda 7) Mobilità Sostenibile di persone e merci

Obiettivo generale ⇒ aumentare la percentuale di imprese (indicando la % di incremento rispetto al totale delle imprese esistenti in regione) che pongono in essere una delle seguenti azioni strategiche per la vita della propria impresa:

| Obiettivi specifici | Indicatori di risultato | Strumenti | Azioni |
|--|--|---|--|
| Miglioramento delle condizioni di mobilità delle persone | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____ % di decongestionamento traffico derivante dalla logistica delle merci in ambito urbano | <ul style="list-style-type: none"> ▪ finanziamento di opere infrastrutturali viarie e di comunicazione | <ul style="list-style-type: none"> ▪ sostegno a progetti pubblico-privati di City Logistic |
| Miglioramento delle condizioni di mobilità delle persone | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____ % di decongestionamento traffico derivante dalla logistica delle merci in ambito urbano ▪ _____ % di incremento in infrastrutture | <ul style="list-style-type: none"> ▪ finanziamento di opere infrastrutturali viarie e di comunicazione ▪ bando per l'implementazione e di servizi innovativi per l'auto ed il | <ul style="list-style-type: none"> ▪ sostegno a progetti pubblico-privati di City Logistic ▪ investimenti pubblici in servizi di trasporto turistico |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | <p>varie e di comunicazione su gomma e rotaia</p> <p>(indicatori: aumento della qualità della vita, miglioramento del servizio turistico)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____ % di impianti di distribuzione di carburante che erogano servizi all'auto e ai viaggiatori ▪ _____ % di incremento dei trasporti turistici | <p>viaggiatore presso distributori di carburante</p> | |
|--|---|--|--|

Scheda 8) Occupazione e Mobilità dei Lavoratori

Obiettivo generale ⇒ aumentare la percentuale di imprese (indicando la % di incremento rispetto al totale delle imprese esistenti in regione) che pongono in essere una delle seguenti azioni strategiche per la vita della propria impresa:

| Obiettivi specifici | Indicatori di risultato | Strumenti | Azioni |
|---|---|---|---|
| Migliorare le basi informative del mercato del lavoro | <ul style="list-style-type: none"> ▪ elaborazione di alcuni nuovi indicatori (es. BIL) che aiutino a fotografare le esigenze e l'andamento del mercato del lavoro ▪ _____% di scambi di buone prassi attivate tra imprese | <ul style="list-style-type: none"> ▪ finanziamento di studi e ricerche finalizzati alla elaborazione di indicatori nuovi | <ul style="list-style-type: none"> ▪ studi e ricerche finalizzati alla elaborazione di indicatori nuovi legati al mercato del lavoro |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | <p>ubicare in nazioni diverse</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ____ % percentuale di imprese che accedono a strumenti di politica attiva del lavoro (formazione, stage, tirocini,...) | <p>legati al mercato del lavoro</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ bandi che agevolino l'analisi e lo scambio di buone prassi | |
| Rafforzare l'apprendistato e altri canali di accesso al mondo del lavoro | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____% di incremento di persone in transizione scuola/università/lavoro ▪ _____% di incremento dell'utilizzo da parte delle imprese del contratto di apprendistato ▪ _____% di incremento dell'utilizzo da parte delle imprese di inserimenti e/o stabilizzazioni | <ul style="list-style-type: none"> ▪ finanziamento di politiche di orientamento al lavoro ▪ finanziamento di interventi formativi che aprano possibilità lavorative ▪ incentivi all'occupazione e ▪ misure di sostegno ai PAL speciali rivolti ad imprese in crisi ▪ finanziamento di interventi formativi con alternanza | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Percorsi di formazione con alternanza ▪ Percorsi dedicati a gli apprendisti ▪ Percorsi di formazione finalizzati all'inserimento |
| Aumentare la partecipazione l'occupazione femminile | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____% di incremento dell'utilizzo del micro credito da parte di imprese femminili ▪ _____% di imprese | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Finanziamenti e agevolazioni per lo start up di impresa al femminile | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Attività di disseminazione, informazione e accompagnamento allo start up |

| | | | |
|---|---|--|--|
| | <p>che applicano strategie e iniziative volte a conciliare tempi di vita e tempi di lavoro</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____% di aumento di occupazione femminile; ▪ _____% di lavoratrici che seguono percorsi di carriera professionale | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Finanziamenti per azioni di consulenza e accompagnamento alle aziende per l'applicazione di azioni e strategie di conciliazione | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Attività di disseminazione, informazione e accompagnamento all'applicazione di strategie e attività di conciliazione |
| <p>Rafforzare e qualificare l'inserimento lavorativo e la stabilizzazione di target a rischio di esclusione sociale</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____% di imprese che stabilizzano lavoratori precari ▪ _____% di aumento di occupazione di lavoratori disabili; ▪ _____% di aumento dell'indicatore di occupazione dei lavoratori immigrati e rafforzamento dell'inclusione sociale; ▪ _____% di interventi in più finalizzati all'invecchiamento attivo ▪ _____% di incremento di accesso e fruizione da parte dei lavoratori dell'offerta formativa a distanza ▪ _____% di imprese che assumono "over 45" ▪ _____% di aumento di giovani occupati (in particolare neet) in qualsiasi settore | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Finanziamenti per la stabilizzazione dei lavoratori ▪ Avvisi per la formazione asse occupabilità, adattabilità-capitale umano | |
| <p>Rafforzare la mobilità transnazionale</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____% di lavoratori che realizzano | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Finanziamenti dedicati alla | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Supporto alla mobilità |

| | | | |
|--|--|----------|--|
| | esperienze in sedi / altre aziende all'estero <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____% di aziende e persone che fruiscono di programmi di mobilità all'estero (vedi Eures) | mobilità | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Creazione di network |
|--|--|----------|--|

Scheda 9) Inclusione Sociale e Povertà

Obiettivo generale ⇒ aumentare la percentuale di imprese (indicando la % di incremento rispetto al totale delle imprese esistenti in regione) che pongono in essere una delle seguenti azioni strategiche per la vita della propria impresa:

| Obiettivi specifici | Indicatori di risultato | Strumenti | Azioni |
|---|---|--|--|
| Sviluppare nelle aziende servizi destinati a soggetti svantaggiati e a rischio di povertà | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Piattaforma logistica condivisa dalla GDO che venda prodotti di imminente scadenza a costi molto ridotti creando un canale privilegiato per nuclei familiari e singles a basso reddito ▪ Nuove forme di servizi di prossimità rivolti a soggetti svantaggiati, fasce deboli, persone con particolari esigenze di consumo e tutela sociale (spesa a casa, promozioni ad hoc per fasce deboli, corner dedicati a target specifici,...) | bando che sostenga l'implementazione della piattaforma | Attività di consulenza e accompagnamento allo sviluppo della piattaforma |

| | | | |
|---|---|---|---|
| <p>Promuovere l'economia sociale e le imprese sociali</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____% di imprese che inseriscono sotto varie forme persone a rischio di esclusione sociale ▪ _____% di imprese che collaborano con altri attori sul territorio (servizi forniti dai comuni e da altre istituzioni) per la tutela della salute del consumatore ▪ _____% di imprese che collaborano con altri attori sul territorio (servizi forniti dai comuni e da altre istituzioni) per iniziative di lotta contro la povertà ▪ _____% di imprese che adottano i principi della Responsabilità Sociale delle Imprese ▪ | <ul style="list-style-type: none"> ▪ finanziamento di interventi formativi che aprano possibilità lavorative ▪ formazione continua in tema di RSI | <p>Percorsi di formazione con work experience</p> |
|---|---|---|---|

Scheda 10) Istruzione e Formazione

Obiettivo generale ⇒ aumentare la percentuale di imprese (indicando la % di incremento rispetto al totale delle imprese esistenti in regione) che pongono in essere una delle seguenti azioni strategiche per la vita della propria impresa:

| Obiettivi specifici | Indicatori di risultato | Strumenti | Azioni |
|---------------------|--|-----------|--|
| Riduzione | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____% di giovani in | | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Orientam |

| | | | |
|---|---|---|--|
| <p>dispersione scolastica</p> | <p>più che vengono reinseriti nei percorsi di formazione nell'ambito delle figure professionali terziarie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ creazione di un meccanismo virtuoso di alternanza scuola-lavoro anche legato al terziario; ▪ _____% di imprese che partecipano a percorsi di alternanza scuola – lavoro/ formazione-lavoro ▪ _____% di persone che partecipano a percorsi di alternanza scuola – lavoro/ formazione-lavoro ▪ _____% di incremento di azioni formative che prevedono integrazione tra i tre sistemi: istruzione, formazione, lavoro | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Avvisi per il finanziamento di interventi formativi che prevedono l'alternanza ▪ Avvisi per il finanziamento di interventi formativi che richiedono la presenza di partner o comunque soggetti aderenti alle iniziative provenienti da i tre sistemi | <p>ento nelle scuole primarie e secondarie e</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Assistenza e consulenza individual e ▪ Stage e tirocini ▪ Seminari informativi ▪ Webinar |
| <p>Rafforzare l'offerta di formazione: specialistica, permanente e continua</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____% di azioni incremental i legate all'apprendimento permanente nel terziario ▪ _____% di azioni incremental i di formazione continua nel terziario ▪ _____% di persone che usufruiscono di servizi dedicati per lo start up e accompagnamento allo sviluppo di impresa | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capitale umano ▪ Adattabilità ▪ Voucher individuali ▪ Analisi, studi, ricerche ▪ Avvisi per il finanziamento di interventi formativi | <p>-</p> |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ _____% di persone che applicano l'apprendistato ▪ Partecipazione dei decisori e delle rappresentanze del mercato del lavoro ai processi di definizione e applicazione del Libretto formativo ▪ _____% di incremento di lavoratori coinvolti in attività formative ▪ _____% di incremento dell'offerta formativa erogata attraverso l'utilizzo della TIC ▪ Creazione di reti territoriali di servizi al lavoro e alla formazione erogati con la partecipazione delle parti sociali ▪ costituzione di un percorso di ITS nel campo dell'innovazione tecnologica e nel settore ICT (nota: non ci sono scuole che preparano le nuove professionalità in campo ICT). ▪ costituzione di un percorso di ITS nella filiera turismo-agroalimentare | <p>rivolti ai lavoratori</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Avvisi per percorsi ITS | |
|--|---|--|--|

Scheda 11) Capacità Istituzionale e P.A. efficiente

| Obiettivi | Strumenti |
|--|---|
| a. utilizzo delle risorse dell'assistenza tecnica per lo sviluppo e la crescita culturale e professionale del partenariato | - bando che finanzia le associazioni di categoria ed i corpi intermedi alla fattiva collaborazione interna al partenariato e nell'animazione economica per i propri rappresentati |

Analisi delle 3 Opzioni Strategiche

Città e crescita sostenibile

- Obiettivo: riportare entro anni il% di popolazione residente nei centri storici

| Obiettivi intermedi | Strumenti |
|--|--|
| <p>a. Incrementare la dotazione di strumenti di sicurezza passiva in favore delle attività economiche</p> <p>b. Valorizzazione dei centri commerciali naturali</p> <p>c. Azioni di riqualificazione urbanistica (strutture e infrastrutture, arredo urbano, segnaletica, percorsi, ecc.)</p> <p>d. Efficientamento del trasporto pubblico locale</p> <p>e. Sostegno a progetti di city logistic</p> <p>f. Mantenimento o ritorno del sistema scolastico nei centri storici</p> <p>g. Mantenimento o ritorno di servizi pubblici nei centri storici</p> | <p>- Animazione imprese</p> <p>- bando che finanzia strumenti di sicurezza passiva (videosorveglianza, antintrusione, antitaccheggio, ecc.)</p> <p>- protocolli per coordinamento dei controlli</p> <p>- bandi per finanziare i CCN (start up e programmi operativi)</p> <p>- bandi per la costituzione e lo sviluppo di distretti commerciali, culturali e turistici</p> <p>- riedizione del bando per i programmi urbani complessi (PUC)</p> |

| | |
|--|---|
| <p>h. Infrastrutturazione telematiche dei centri storici anche in ottica wi-fi</p> <p>i. Riqualificazione e riassorbimento del mix di offerta economica nei centri storici</p> <p>j. Innalzamento della professionalità ed accoglienza di operatori e addetti operanti nei centri storici, anche in chiave turistica</p> <p>k. Progetti di mobilità e sosta sostenibili</p> <p>l. Ideazione di servizi per i disabili</p> <p>m. Rendere le città a misura di famiglie, bambini, anziani</p> <p>n. Sviluppare efficaci progetti di gestione integrata dei rifiuti in ambito urbano</p> <p>o. Sviluppare progetti che rendano le nostre città smart, anche attraverso l'uso intelligente degli open data</p> <p>p. Sviluppo di progetti integrati ambientali (smart grids)</p> <p>q. Finalizzazione delle risorse sul social housing per interventi nei centri storici</p> | <ul style="list-style-type: none"> - finanziamento di progetti pubblico-privati di city logistic - finanziamento degli investimenti pubblici nella banda larga ed ultra larga - finanziamento di sistemi anche innovativi e/o sostenibili di trasporto pubblico locale - protocolli con sistema scolastico locale per mantenimento delle sedi nei centri storici - finanziamento di iniziative di Smart cities (v. nostro progetto) - finanziamento di iniziative di social housing ricadenti nei centri storici - formazione capitale umano |
|--|---|