



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

UMBRIA

PROGRAMMAZIONE FONDI STRUTTURALI 2014-2020
PROPOSTE IN VISTA DEL QSR E DEI POR

GIUGNO 2014

Premessa

La nuova programmazione 2014-2020 cade in un momento terribile per la nostra economia e mai come oggi urge un uso anticiclico di queste risorse. Anticiclicità significherà scelte anche coraggiose ed innovative perché gli attuali assetti non stanno garantendo da tempo né crescita né occupazione. Da mesi stiamo suggerendo alcuni percorsi attivabili insieme che, a nostro avviso, potrebbero apportare quel *quid pluris* che fino ad oggi è mancato: turismo, città, servizi innovativi, filiere, credito, start up e capitale umano. Senza nulla togliere ovviamente agli altri settori ed in primis al manifatturiero che deve tornare a sviluppare valore aggiunto – in termini di innovazione e di occupazione di qualità – e capacità di internazionalizzarsi. Il meccanismo di obiettivi ed azioni che il sistema nazionale si è dato recentemente nell'accordo di programma permette di puntare sulle cose che Confcommercio suggerisce e quindi eventuali dinieghi sono tutti da imputare a scelte della Regione, delle quali però dovrà rendere conto. Di seguito si riportano alcuni elementi di riflessione su cui si chiede un riscontro negli emanandi atti di programmazione, ovvero il QSR ed i POR del FESR e del FSE.

Promozione turistica

Premesso che il settore turistico rappresenta un motore autonomo dello sviluppo perché capace di generare ricchezza e di captare risorse esogene, si può affermare senza tema di smentita che ancora non è stato messo in condizione di esprimere tutto il suo potenziale. Eppure non esiste documento di programmazione che non ne decanti le qualità e l'importanza ed è sotto gli occhi di tutti come esso apporti un indubbio beneficio a pressoché tutti i settori economici, pubblici e privati, in quanto capace di innescare virtuosi percorsi di filiera. Chi viaggia in Umbria usa servizi pubblici, alloggio, ristorazione, acquista prodotti locali, agroalimentari e non, fruisce di musei e percorsi tematici, noleggia o affitta attrezzature, ecc. Malgrado queste considerazioni siano scontate, ancora oggi la promozione turistica, meglio ancora se integrata, stenta ad avere quella centralità che meriterebbe.

Inoltre, il gap che l'Umbria sconta nella promozione del proprio brand ha fino ad oggi trovato un limite invalicabile nella scarsità di risorse pubbliche destinabili all'uopo. Tale stato di cose era imputabile anche al fatto che precedentemente gli accordi di partenariato non indicavano strumenti direttamente ed agevolmente utilizzabili a tal fine, con ciò portando le Regioni ad escludere la promozione turistica dal novero delle azioni finanziabili con fondi strutturali. L'accordo di partenariato in questione prevede almeno due azioni, la 3.3.2 e la 3.3.3, che in modo chiaro ed inequivocabile permettono alle amministrazioni regionali di investire con decisione su questo fronte. In particolare, l'azione **3.3.2** finanzia lo *"sviluppo di prodotti e servizi complementari alla valorizzazione di identificati attrattori culturali e naturali del territorio, anche attraverso l'integrazione di imprese delle filiere culturali, turistiche, creative e dello spettacolo, e delle filiere dei prodotti tradizionali e tipici"*: con ciò è evidente la possibilità di finanziare sia la valorizzazione degli attrattori turistici in genere sia l'integrazione delle imprese in forma di filiera qualora funzionale alla promozione medesima. L'azione **3.3.3**, invece, promuove la *"aggregazione e integrazione*

tra imprese (reti di imprese) nella costruzione di un prodotto integrato nelle destinazioni turistiche": si tratta di una misura che finanzia le reti che costruiscano un prodotto turistico integrato in sintonia con quanto fatto dell'Umbria nel settennio 2007-2013 attraverso i consorzi di promozione integrata TAC 2 la cui finalità è stata prettamente promozionale.

In tale contesto si pone il tema della continuità da garantire ai consorzi **TAC 2** anche prevedendo l'implementazione di piattaforme di promo commercializzazione dei prodotti turistici ed una rinnovata fase di complicità pubblico-privata volta a qualificare l'offerta turistica, la creazione sempre più targettizzata di prodotti e l'individuazione di modalità di presenza sul mercato globale.

In ogni caso, il tema della promozione turistica può e deve trovare un'adeguata collocazione anche nell'ambito dell'**obiettivo 6** che mira a tutelare l'ambiente e promuovere l'uso efficiente delle risorse. In tale contesto andranno collocate infatti sia le azioni volte a qualificare l'offerta e la fruizione del patrimonio culturale e naturale della regione sia quelle che tendono a promuovere detto patrimonio. È evidente come dalla sapiente integrazione delle risorse – parte pubblica in capo all'obiettivo 6 e parte privata all'interno delle disponibilità dell'obiettivo 3 – si potrà avere un monte spendibile nel settennio alla luce degli obiettivi condivisi in seno alla pianificazione annuale e triennale del turismo.

In questo contesto occorre superare qualsiasi steccato e prevedere nel palinsesto degli attori della promozione e commercializzazione del brand regionale anche i soggetti privati già esistenti e creati ad hoc (specificamente, Umbria Sì ed Umbria Incoming) che con le loro iniziative di incoming turistico creano un valore aggiunto per il sistema e necessitano di essere messe in sinergia con tutti gli altri soggetti della promozione integrata.

Sempre nella logica del superare gli steccati si pone il tema dell'integrazione delle risorse: si ritiene infatti che una parte non marginale nella composizione del budget a disposizione della promozione integrata del brand regionale debba essere garantita dalle risorse all'uopo destinate dal FEASR attraverso le varie declinazione che lo stesso assume nel PSR e nei GAL.

Infine si evidenzia l'opportunità, qualora la Regione intenda portare avanti il lavoro di ridefinizione dei ruoli e delle risorse dei punti di informazione turistica, di coinvolgere in questo processo anche i soggetti privati che a vario titolo operano in questo campo: Confcommercio, insieme ad altre realtà, ha costituito Viviumbria quale soggetto deputato alla gestione degli info points del Comune di Perugia e si ritiene che tale esperienza possa essere replicata in altri contesti visti anche i positivi risultati conseguiti nel corso degli ultimi anni.

Innovazione nelle imprese turistiche

Ad integrazione di quanto detto sopra, è necessario che il settore turistico possa beneficiare di una specifica misura che ne incentivi l'innovazione, non solo tecnologica, in modo tale da permettere alle imprese in esso operanti di sviluppare al massimo il potenziale di cui la nostra regione dispone. Infatti, senza una integrazione tra politiche innovative per la promo commercializzazione ed iniziative di crescita ed innalzamento

professionale delle imprese non si otterrà lo sperato effetto moltiplicatore. A tal fine è possibile mettere in campo quanto previsto specificamente dalla **Azione 3.3.4** *“sostegno alla competitività delle imprese nelle destinazioni turistiche attraverso interventi di qualificazione dell’offerta e innovazione di prodotto/servizio, strategica ed organizzativa”* che è evidentemente deputata a questa finalità. Si tratta, infatti, di una misura che intende qualificare e rendere più competitiva l’offerta turistica, intesa a 360° (quindi ricettiva e non, alberghiera e non), favorendo investimenti delle imprese del settore in una logica di “specializzazione intelligente” che non deve essere appannaggio soli di alcuni comparti o aggregati dell’economia regionale ma deve contraddistinguere sempre più ogni settore, soprattutto quelli più potenzialmente capaci di creare valore aggiunto come nel caso delle imprese del turismo. In questo quadro rientra a pieno titolo il Progetto Pollicino di Confcommercio già presente nell’Agenda digitale della Regione Umbria e che mira a creare servizi innovativi per il turista e gli operatori turistici. Quando nel documento si fa riferimento alla necessità di sviluppare il sistema degli open data pubblici, non occorre quindi tralasciare questa partita individuando quelle risorse utili a far decollare il progetto. È chiaro che tale azione deve trovare un proprio correlato nel POR FSE prevedendo un’idonea iniziativa per la qualificazione del capitale umano operante nel settore turistico che accompagni i processi di innovazione aziendale per ottenere, anche in tal caso, un necessario ed opportuno effetto moltiplicatore evitando così di implementare innovazioni che poi non sono adeguatamente sfruttate.

Città intelligenti

Alla luce dei chiarimenti avuti in seno al comitato di indirizzo e sorveglianza del FESR, è chiaro che la Regione intende attivare un “asse urbano”, trasversale a tutti i 5 obiettivi prioritari che si è data, in cui declinare il tema dello “sviluppo urbano sostenibile” posto come condizionalità ex ante dalla stessa UE che ha fissato in almeno il 5% delle risorse complessive del FESR la dotazione finanziaria minima. È questa l’occasione per proporre l’idea di un “POR Città” che drena risorse da più misure (innovazione, infrastrutture, telematizzazione della PA, ambiente, energia, trasporto sostenibile, mobilità, ecc.) ed in cui le imprese che operano nel contesto urbano dovranno giocare un ruolo da protagoniste: si tratta prevalentemente di micro e piccole imprese del commercio, dei servizi, del turismo, dell’artigianato che devono qualificarsi in una logica, anche in questo caso, di “specializzazione intelligente” che garantisca crescita, sviluppo ed innovazione alla quale tendono tanto gli investimenti dei privati quanto quelli delle amministrazioni.

Infatti, in linea con la Strategia Europa 2020, la Regione Umbria persegue una crescita al contempo “smart” e sostenibile, in grado quindi di conciliare competitività (quindi sviluppo di innovazione, creatività e conoscenza) e sostenibilità (energetica e ambientale). Sulla scia di questa prospettiva, Confcommercio Umbria sostiene fortemente l’idea che il tema delle SMART CITIES possa rappresentare l’obiettivo unificante di una strategia che persegue in maniera integrata gli obiettivi dell’efficienza energetica e dell’innovazione del settore ICT, a loro volta strumenti chiave per il miglioramento della qualità della vita all’interno delle città e lo sviluppo della competitività delle imprese, soprattutto PMI.

Puntare allo sviluppo delle Smart Cities significa infatti mettere insieme città, imprese e cittadini con lo scopo di migliorare la qualità della vita attraverso soluzioni integrate,

fortemente basate sull'uso della tecnologia e in grado di attivare forme sostenibili di sviluppo. Questo significa, solo per citare alcuni aspetti: innovazione, maggiore capacità di pianificazione, approccio partecipativo da parte dei cittadini, elevata efficienza energetica, migliori soluzioni di trasporto, uso intelligente dell'ICT. Tutti temi sui quali le strategie regionali mostrano per i prossimi anni una fortissima attenzione e temi che anche Confcommercio non può non ritenere strategici in una prospettiva di sostegno allo sviluppo dei settori rappresentati del commercio, del turismo e dei servizi.

Confcommercio è convinta che lo sviluppo delle Smart Cities possa avere un ruolo assolutamente strategico anche a sostegno del terziario e la messa in atto di progetti in questa direzione possa rappresentare la naturale prosecuzione, in un mutato contesto determinato dall'avvenuto sviluppo tecnologico e dalle nuove esigenze di sostenibilità e tutela ambientale, delle proprie azioni da sempre condotte a sostegno dello sviluppo delle città e in particolare dei centri storici, anche come centri commerciali naturali.

Le smart cities rappresentano certamente un'importante occasione di valorizzazione del territorio urbano, ed è nel rispetto delle peculiarità che lo contraddistinguono che vanno determinate le azioni specifiche. Nello stesso tempo è però anche necessario dare organicità alle attività locali sui temi smart, per partecipare al processo di costruzione di un modello di smart city Italiana. Coerentemente con quanto detto in premessa, la via italiana delle smart cities acquisisce una configurazione probabilmente più soft rispetto a quanto si è visto fino ad oggi nel panorama internazionale. Lo stesso bando 2012 del MIUR sulle smart cities and communities ha registrato una forte partecipazione da parte dei vari territori, anche perché si è trattato del primo esempio di finanziamento integralmente dedicato a questo tema, ma ha scontato un approccio eccessivamente "hard" visti gli indirizzi che sono stati dati al bando dallo stesso Ministero, di matrice eccessivamente industriale. Ci si è concentrati su investimenti pesanti di tipo strutturale legati alle utilities piuttosto che alla logistica e mobilità pensati per le grandi città, pregiudicando così progetti altrettanto strategici ma tarati sulle esigenze della città media italiana. Ecco perché occorre oggi più che mai puntare su una via italiana delle smart cities che si riappropri della giusta dimensione degli investimenti e valorizzi il tessuto imprenditoriale che vive e produce all'interno delle città, ovvero quella fitta rete di micro e piccole imprese del commercio, del turismo, dei servizi e dell'artigianato che rappresenta il cuore pulsante delle aree urbane. Queste imprese rappresentano gli attori della innovazione cittadina insieme alla pubblica amministrazione che svolge il duplice ruolo di investitore di sistema e di erogatore di servizi alla cittadinanza ed utenza anche in chiave di e-democracy e di e-governement. È per questo che le azioni idealmente costitutive del progetto smart city sono divisibili in due macro aree: quella degli investimenti di sistema, ad opera degli enti pubblici, e quella delle azioni poste in essere dalle imprese. E dalla fusione e sinergia di questi interventi nascono gli output positivi per cittadini, residenti, turisti ed utenti in genere che devono tradursi in qualità della vita, maggiori servizi, più informazioni, sostenibilità ambientale, semplificazione, maggiori opportunità di accesso al mercato. In tale contesto l'eco-sistema costituito dal tessuto imprenditoriale in ambito urbano può e deve assumere le forme di DISRETTO URBANO DEL COMMERCIO (DUC), sulla falsariga di quanto già sperimentato in altri contesti peraltro con successo. I luoghi del commercio, incastonati nel patrimonio architettonico e artistico delle nostre città d'arte, possono diventare l'elemento portante ed emblematico per realizzare le smart cities all'italiana: luoghi dove sperimentare nuove tecnologie come le reti mobili di nuova generazione e i contenuti digitali, la sensoristica per i vari monitoraggi (ambientale, dei flussi, del traffico, della sicurezza, ecc.), i sistemi innovativi di illuminazione, le fonti energetiche alternative. I

DUC possono diventare luoghi di sperimentazione perenne di nuove soluzioni tecnologiche, trasformando le aree commerciali più interessanti in veri e propri living labs urbani.

Le risorse disponibili ed i vincoli di concentrazione limitano la portata di questa misura che verosimilmente sarà finalizzata su un target che oscilla tra due e quattro città umbre ma questo è assolutamente condivisibile perché risorse a pioggia per tutti i contesti urbani non sono ormai concepibili.

Nell'ultima stesura del documento proposta, si fa riferimento in questo quadro soprattutto agli investimenti di sistema sul fronte della mobilità, logistica ed energia. Nessuno ne disconosce l'importanza ma lascia certamente perplessi il fatto che vengano tralasciati del tutto quegli investimenti per accrescere il livello di competitività delle imprese. Poiché più volte nel testo si fa riferimento alla necessità, quanto mai opportuna, di una "crescita intelligente" da parte del tessuto delle micro imprese del territorio (commercio, servizi, artigianato, ecc.), non è più procrastinabile prevedere una linea di investimento nell'ottica delle Smart cities anche per queste, in termini di abbattimento del consumo di energia, di rispetto dell'ambiente, di introduzione di ICT per ottimizzare i processi e promuovere il punto vendita, della messa a disposizione di aree wi fi libere, nonché di formazione di operatori e addetti sulla storia, identità territoriale e la sua promozione. Il rischio concreto infatti è quello di realizzare imponenti azioni sul fronte pubblico senza avere un adeguato ritorno in termini di competitività e know how da parte delle imprese creando quindi un sistema decisamente incompleto.

Questa misura fa il paio con la c.d. "Strategia per le aree interne" che può incrementare i territori oggetto di specifiche attenzioni ma anch'essa è per sua natura contingentata: infatti, la Regione ha già individuato due ambiti territoriali in cui attuare le strategie (il comprensorio orvietano, con circa 20 comuni, e la dorsale appenninica nord est che va da Pietralunga a Nocera, con 8 comuni) ma senza definire la dotazione economica.

In una logica di integrazione trasversale e complementarietà, altre risorse per la valorizzazione dei contesti urbani, specie se di piccole dimensioni come nel caso dei borghi, possono e debbono essere reperite anche dal FEASR che storicamente ha sempre previsto risorse per lo sviluppo degli ambiti rurali in cui insistono molti dei borghi stessi della nostra regione. Questo comporta una necessaria integrazione fin dalla fase di progettazione delle misure per permettere le sinergie necessarie al raggiungimento degli obiettivi suddetti.

Confcommercio è particolarmente attenta alla valorizzazione di queste aree dove il comparto del terziario può recitare un ruolo da protagonista in un contesto fatto di eccellenze enogastronomiche e paesaggistiche. Qualsiasi progetto previsto dalla Regione non può quindi prescindere dalla valorizzazione del comparto dei servizi e a breve Confcommercio presenterà alcuni progetti di rilancio territoriali.

Innovazione nei servizi

Il settore dei servizi, inteso nella sua accezione di "servizi di mercato", ovvero il terziario in senso stretto, ha bisogno al pari dei settori primario e secondario, di una decisa iniezione di innovazione.

Troppo spesso e per troppo tempo si è considerato il terziario un settore ancillare e, quindi, non meritevole delle attenzioni ad altri riservate e questo ne ha determinato una scarsa competitività e produttività, fatte salve le dovute eccezioni che confermano la regola.

Restano ancora molte riserve mentali sugli investimenti di cui questo settore ha bisogno ma alcuni spiragli si sono intravisti nella programmazione 2007-2013 e questo fa ben sperare per quanto riguarda il settennio appena iniziato.

Occorre che il settore sia posto nelle condizioni di contribuire al meglio alla crescita socio-economica della nostra regione ma per farlo occorre anche in questo caso una visione dei servizi in una chiave di "specializzazione intelligente". Per poter raggiungere questo obiettivo va garantito l'accesso alle risorse del FESR per creare uno strumentario adeguato al fabbisogno di innovazione che il settore esprime.

Attraverso azioni di formazione, coaching e consulenza è inoltre possibile rispondere ad un'altra esigenza presente nelle PMI del tessuto locale ossia la gestione e lo sviluppo di innovazioni di processo e prodotto che sempre più frequentemente vengono attuate attraverso l'applicazione di strumenti e processi ITC. È infatti necessario promuovere e supportare anche nelle piccole e medie imprese azioni di "ricerca" e "sviluppo" che consentano alle aziende di affrontare i nuovi mercati e ridefinire un nuovo posizionamento reagendo alla crisi.

L'innovazione va colta nella sua accezione ampia ormai da tutti recepita: non solo tecnologica e neanche solo ICT based ma pure organizzativa e di processo. Questo consentirà quel **riposizionamento sul mercato** delle imprese dei servizi di cui tanto necessita il nostro tessuto economico ed, in particolare, le imprese del terziario. Infatti la tensione verso la qualità, la professionalizzazione e l'innovazione sono un obiettivo primario della nostra economia. Questo però si raggiunge solo attraverso un insieme coordinato di iniziative tra loro strettamente connesse: le imprese, quindi, per potersi riposizionare necessitano di interventi di consulenza e di formazione, investimenti in attrezzature e tecnologia, nuova occupazione qualificata e pronta ad affrontare le nuove sfide. È per tali motivi che si chiede la creazione di uno strumento multimisura che garantisca una molteplicità di interventi di natura diversa ancorché tra loro connessi. Le ragioni di questo approccio risiedono nell'evidenza del mercato e nell'analisi dei fabbisogni delle imprese così come emergono dai principali indicatori regionali. La nuova programmazione 2014-2020 presta il fianco a questo approccio e supporta iniziative siffatte attraverso una serie di voci così sinteticamente rinvenibili:

Azione 1.1.2 *"Sostegno per l'acquisito di servizi per l'innovazione tecnologica, strategica, organizzativa e commerciale delle imprese";*

Azione 1.3.2 *"Sostegno alla generazione di soluzioni innovative a specifici problemi di rilevanza sociale, anche attraverso l'utilizzo di ambienti di innovazione aperta come i living labs"*

Azione 1.3.3 *"Interventi a supporto delle imprese operanti nel settore dei servizi ad alta intensità di conoscenza e ad alto valore aggiunto tecnologico";*

Azione 2.1.3 *"Interventi volti a promuovere l'accessibilità, l'uso e la qualità delle tecnologie della informazione e della comunicazione (TIC) nelle zone rurali";*

Azione 3.1.1 *"Aiuti per investimenti in macchinari, impianti e beni intangibili e accompagnamento dei processi di riorganizzazione aziendale";*

Azione 3.3.1 *“Sostegno al riposizionamento competitivo, alla capacità di adattamento al mercato, all’attrattività per potenziali investitori dei sistemi territoriali vitali delimitati territorialmente”*;

Azione 3.5.2 *“Supporto a soluzioni ICT nei processi produttivi delle PMI coerentemente con la strategia di smart specialization, con particolare riferimento a: commercio elettronico, cloud computign, manifattura digitale e sicurezza informatica”*.

Sviluppo delle filiere

Il tema delle filiere è spesso oggetto più di convegni che di azioni specifiche. Questo ovviamente al netto delle (rare ma importanti) esperienze maturate in questo periodo come ad esempio i percorsi avviati attraverso i consorzi TAC 2 ed alcuni percorsi performanti dei GAL.

Perché si realizzino filiere occorre almeno che vi sia un tema portante, cioè l’elemento trasversale che aggrega, ed una massa critica di imprese che si sviluppano intorno allo stesso. A nostro avviso rispondono a questo requisito i seguenti temi:

- Filiera agroalimentare: è evidentemente la filiera più importante della nostra regione per via del patrimonio enogastronomico di cui disponiamo. Si parte dalla produzione primaria, passando per le eventuali elaborazioni di quella secondaria (agroindustria) e per tutti i servizi connessi (logistica, packaging, marketing, comunicazione, ecc.) per approdare alla distribuzione e somministrazione con tutti gli addentellati con il turismo che il tema comporta. Questo approccio implica una connaturale coesione tra i vari comparti economici poiché le filiere presuppongono una integrazione che difficilmente si realizza spontaneamente. Una filiera di questo genere avrebbe anche il pregio di mettere in sinergia una molteplicità di misure creando una integrazione del tutto necessaria per far funzionare la macchina. Infatti, le risorse andrebbero reperite, in una logica di integrazione ed ottimizzazione, tanto dal FESR quanto dal FSE e dal FEASR nella parte relativa alla promozione delle produzioni locali.
- La proposta potrebbe inoltre essere quella di una o più “filiere di consumo” dove possano essere aggregate le aziende di produzione, di erogazione, commerciali, turistiche, artigianali e di servizi legate ed accomunate da una dimensione od occasione di consumo ed acquisto. Due possono essere le “filiere di consumo” che si adatterebbero alla nostra Regione:
 - o Filiera dell’outdoor: integrare e mettere in sinergia tutte le attività imprenditoriali e del terzo settore che hanno attinenza con il mondo dell’outdoor genericamente inteso (tutte le attività che possono essere svolte all’aria aperta, sportive e non solo);
 - o Filiera del benessere: integrare e mettere in sinergia tutte le attività imprenditoriali che lavorano nel settore del benessere della persona, nella sua dimensione fisica, relazionale e sociale (wellness, alimentazione, estetica, ecc.).

Accesso al credito

Il tema dell'accesso al credito rappresenta una nota estremamente dolente della vita di impresa e su questo occorre intervenire con tutti gli strumenti in nostro possesso. La Regione ha fino ad oggi agito attraverso il finanziamento ingegnerizzato della propria società in house Gepafin avvalendosi del sistema dei confidi nella costituzione di ATI che tuttavia hanno limitato l'operatività dei confidi stessi e drenato risorse che potevano essere indirizzate diversamente. Che la scelta non fosse delle migliori ne è riprova il fatto che le ingenti somme appostate su questa misura a valere sui fondi strutturali 2007-2013 non sono state adeguatamente spese a tutt'oggi con un ritardo che rischia di diventare perdita secca di risorse comunitarie. Tale opzione avrebbe avuto un senso pieno nel caso in cui si fosse addivenuti a quel matrimonio "pubblico-privato" tra Gepafin ed i confidi associativi che, tuttavia, non si è poi mai concretizzato. Onde evitare il ripetersi di queste inefficienze, si chiede di operare un netto cambio di direzione destinando le risorse previste dalla misura **3.6.1** (*"Potenziamento del sistema delle garanzie"*), in tutto o in parte e comunque con una consistenza significativa, ai confidi associativi che meglio di qualsiasi altro soggetto sanno rispondere alle esigenze della platea delle micro, piccole e medie imprese della regione alle prese con il restringimento creditizio in atto. Questo permetterebbe agli stessi confidi anche di pensare ad iniziative di aggregazione dal basso ed implementazione di nuovi servizi finanziari sempre nell'ottica dell'ottimizzazione delle risorse e della sussidiarietà orizzontale.

Start up di impresa

L'avvio di impresa è una fase delicata che presuppone una molteplicità di competenze e professionalità perché affiancare i candidati imprenditori diventa una funzione determinante per evitare agli stessi di incappare in errori che causano dispersione di risorse, disagio sociale e turbamenti nel mercato così come avvenuto negli ultimi anni.

La funzione, malgrado le continue invasioni di campo a tutto tondo da parte del pubblico, ha un sapore prettamente privato e va gestita in regime di sussidiarietà orizzontale, valorizzando con ciò quello che ognuno sa fare meglio.

Le associazioni storicamente svolgono azioni mirate al supporto, più o meno strutturato, dei neo imprenditori con attività di sportello e consulenziali che partono dal primo orientamento, incluse le azioni presso scuole ed università, ed arrivano fino alla elaborazione congiunta del business plan.

Al netto delle considerazioni su chi opera in questo segmento, occorre impostare un serio ventaglio di strumenti utili all'affiancamento degli aspiranti imprenditori per sostenerli in tutte le fasi che portano all'avvio dell'idea imprenditoriale: contributi per l'attivazione, per la formazione, per l'assistenza tecnica, per la micro finanza ed in genere per l'accesso al credito, ecc. A tale finalità la nuova programmazione può e deve rispondere mettendo in campo alcune tra le seguenti azioni:

Azione 3.5.1 "Interventi di supporto alla nascita di nuove imprese sia attraverso incentivi diretti sia attraverso l'offerta di servizi sia attraverso interventi di micro-finanza";

Azione 8.1.6 *"Percorsi di sostegno (servizi di accompagnamento e/o incentivi) alla creazione di impresa e al lavoro autonomo, ivi compreso il trasferimento d'azienda (ricambio generazionale)";*

Azione 8.2.4 (vedi la 8.1.6 ma con lo specifico obiettivo di aumentare l'occupazione femminile);

Azione 8.4.3 (vedi la 8.1.6 ma con lo specifico obiettivo di accrescere l'occupazione degli immigrati);

Azione 8.5.2 (vedi la 8.1.6 ma con lo specifico obiettivo di ridurre il numero dei disoccupati di lunga durata e sostenere adeguatamente le persone a rischio di disoccupazione di lunga durata);

Azione 8.6.2 *"Percorsi di sostegno alla creazione di impresa e al lavoro autonomo rivolti ai lavoratori coinvolti in situazioni di crisi";*

Azione 8.6.3 *"Misure integrate tra sviluppo locale e occupazione in collaborazione con i sistemi di rappresentanza territoriale".*

Progetti sulla povertà

Traendo spunto dalle azioni 3.7.3 (*"Messa a disposizione di spazi fisici per lo svolgimento di attività imprenditoriali di interesse sociale"*) e 9.1.5 (*"Promozione di progetti e di partenariati tra pubblico, privato e privato sociale finalizzati alla innovazione sociale, alla responsabilità sociale di impresa e allo sviluppo del welfare community"*), si segnala l'opportunità di proseguire ed implementare il progetto "Zero Waste" già sperimentato nel corso del 2013 in uno specifico territorio. Tale buona pratica, che mette in sinergia le istituzioni, le imprese commerciali e quelle del terzo settore, andrebbe ripresa e rielaborata in modo più strutturato anche attraverso al costituzione di una vera piattaforma logistica in grado di garantire una copertura regionale nella distribuzione alle fasce di popolazione disagiate delle eccedenze alimentari e dei prodotti in scadenza.

Sempre in tale ambito, va inoltre pensato un progetto per il reinserimento nel mercato del lavoro e dell'impresa dei tanti imprenditori e loro familiari fuoriusciti a seguito di cessione o cessazione determinate dalla crisi. Si tratta di una vera e propria emergenza sociale sul quale urge intervenire perché tali situazioni vanno considerate e trattate alla stessa stregua dei lavoratori dipendenti che perdono il posto di lavoro e necessitano di azioni di ricollocamento. Si può idealmente pensare ad un percorso integrato che preveda sostegno al reddito, formazione e ricollocamento nel mercato del lavoro.

Formazione e Politiche Attive del Lavoro

Le politiche attive del lavoro, declinate dagli obiettivi 8-9-10, dovranno riportare al centro della programmazione l'impresa e le dinamiche economiche settoriali e territoriali.

Si ritiene infatti che l'occupazione sia sostenibile solamente quando si creano le condizioni perché ci sia occupabilità, ovvero un tessuto imprenditoriale capace di creare e mantenere l'occupazione stessa. Le più autorevoli fonti accreditano queste affermazioni e dimostrano che le Politiche Attive del Lavoro (PAL) funzionano solamente in presenza di sviluppo e

crescita economica. Quindi l'attivazione di politiche di occupabilità distoniche rispetto a dinamiche di sviluppo delle imprese hanno il solo risultato di fungere da ammortizzatore sociale "improprio". Il recente bando della Provincia di Perugia sull'asse "Adattabilità" ha dimostrato che un coinvolgimento diretto delle aziende (singole o aggregate in settori) produce un effetto moltiplicatore degli strumenti di politica attiva. Questo approccio dovrebbe diventare non solo sistematico ma "abilitativo" rispetto ad ogni tipo di programmazione degli strumenti. La natura degli stessi ed il loro dimensionamento quali-quantitativo non può prescindere da azioni di sistema ed analisi aziendali, territoriali e settoriali che con continuità aiutano ad equilibrare gli strumenti e le politiche. L'occupazione cresce se cresce chi è in grado di produrla.

Il mantenimento dei livelli occupazionali è uno degli obiettivi che le politiche di sviluppo dovrebbero sostenere. Questo passa anche per l'adozione di modelli di intervento sulle risorse umane che non considerino più la formazione d'aula come baricentrica ma contemplino forme di flessibilità e percorsi di apprendimento legati alle diverse propensioni ed attitudini, oltre ad un adeguamento ai modelli di socializzazione, apprendimento e formazione legati ai new media (social, forum, community).

Sarebbe molto utile la contaminazione fra PAL ed investimenti in innovazione, capitale, ricerca: formazione e strumenti di politica attiva possono integrarsi e rendersi funzionali a programmi di investimento da parte delle aziende (e viceversa). Questo percorso si può definire come una sorta di "cross-canalità" delle tipologie di interventi finanziabili.

La situazione di crisi ha portato alla fuoriuscita dal mercato del lavoro di personale altamente specializzato e qualificato, spesso con competenze cristallizzate su un determinato settore.

Una riconversione a 360 gradi di competenze e professionalità in seno a queste persone significa obbligarle a lunghi percorsi formativi che difficilmente si adattano ai loro stili di apprendimento e alla loro disponibilità. Occorre ripensare i meccanismi di intervento nei loro confronti, adeguando gli strumenti di PAL per fornire processi e percorsi di salvaguardia, capitalizzazione e valorizzazione delle loro competenze, progettazione di brevi segmenti formativi e percorsi di accompagnamento e reinserimento in azienda (magari in abbinamento con incentivi all'assunzione).

Come già detto in precedenza relativamente all'innovazione nei servizi di mercato, andrebbero creati strumenti di supporto alla impresa non solo volti a favorire lo start up ma anche finalizzati al riposizionamento del business verso altri settori, altri format, altri modelli organizzativi. Pertanto, anche il FSE gioca su questa partita un ruolo determinante perché potrebbero rivelarsi molto utili strumenti a sostegno di questi processi di adeguamento/riconversione in affiancamento a percorsi di formazione e coaching.

Inoltre, coerentemente con quanto detto in relazione allo start up di impresa, potrebbe essere concesso l'accesso a servizi di supporto alla elaborazione di business plan, analisi di mercato, studi, ricerche, consulenze, studi di fattibilità, mobilità imprenditoriale, partecipazione ad eventi, fiere, etc.

Alcune osservazioni importanti meritano le politiche per l'apprendimento permanente. Andrebbero sperimentate azioni innovative di presa in carico dei fabbisogni e di bilancio di competenze, per facilitare l'orientamento alla scelta dei percorsi formativi.

Le azioni formative devono servire – oltre che a soddisfare un naturale bisogno di socializzazione – soprattutto a dare strumenti per un personale progetto di vita e/o professionale. Azioni di orientamento strutturato e di assessment (in questo senso è utile l’esperienza fatta con i progetti quadro della CIG) aiutano l’utente a scegliere il percorso più vicino e adatto ai propri fabbisogni, utilizzando anche modelli formativi flessibili e modulari. In questa maniera si riuscirebbe a dare all’offerta formativa una dimensione di effettivo strumento e sostegno alla persona ed al lavoratore.

Occorre infine rafforzare la capacità della scuola di dialogare con il mercato del lavoro e delle imprese. Bisogna creare percorsi di collaborazione e contaminazione con il mondo delle imprese per offrire ai giovani diplomandi/diplomati l’opportunità di conoscere in situazioni e contesti reali il sistema economico locale, attraverso progetti di orientamento alle scelte, tirocini sostenuti e preceduti da azioni formative, job day, job shadowing. Tutti strumenti che possono aiutare una scelta consapevole e una maggior capacità di interazione e avvicinamento al mondo del lavoro. In questo quadro appare improcrastinabile che nella programmazione regionale ci sia spazio per una vera e propria fondazione ITS per il turismo, come già preannunciato, ma solo come possibile evenienza, nel DAP 2014-2016, tenuto conto della vocazione dell’Umbria su questo fronte. Ecco, l’evenienza deve tramutarsi in concretezza: nessuno disconosce l’importanza degli altri ITS operanti nel territorio regionale ma puntare decisamente sul turismo potrà portare solo benefici a tutti i segmenti della filiera produttiva come l’artigianato artistico, l’agricoltura, i servizi, il commercio. La Regione su questo è chiamata ad operare una precisa scelta di campo al fine di non continuare a considerare il turismo, solo a parole ma anche nei fatti, come il vero volano per agganciare la ripresa economica.

Dotazioni finanziarie del FESR

Alla luce dei chiarimenti avuti circa la destinazione, ancora approssimativa, delle risorse, la situazione è ad oggi la seguente:

- Obiettivo 1 (ricerca, sviluppo tecnologico e innovazione) 29%
- Obiettivo 2 (accesso alle TIC) 10%
- Obiettivo 3 (competitività delle imprese) 24%
- Obiettivo 4 (economia a basse emissioni) 22%
- Obiettivo 6 (tutela del patrimonio ambientale e culturale) 12%
- Assistenza tecnica 3%

L’obiettivo maggiormente ingorgato è il 3 nel quale indicativamente convergono gli investimenti delle imprese (apparentemente di tutti i settori), la qualificazione dell’offerta turistica (inclusa la promozione parte privata), il sostegno all’economia sociale, il credito (incluso il sostegno ai Confidi), l’internazionalizzazione e la gestione delle grandi crisi.

Ferma restando la nostra condivisione di quanto emerso in ordine all’obiettivo 1, che di fatto assorbe i temi della specializzazione intelligente (RIS 3), la dotazione prevista è quella più alta malgrado questo obiettivo preveda una selezione molto stringente delle finalizzazioni (di fatto faranno premio di queste risorse i Poli dell’innovazione e le imprese che partecipano a vario titolo ai cluster nazionali).

Inoltre, lo stesso obiettivo 4, di cui si condividono pienamente le finalità, ha una dotazione consistente ma un numero nettamente inferiore di target previsti essendo rivolto a sostenere la transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio.

Occorre una perequazione perché l'universo delle imprese e delle politiche di innovazione non rientranti negli obiettivi 1 e 4 convergerà tutto nell'obiettivo 3 creando una serie di aspettative, peraltro legittime, che non potranno essere soddisfatte vista la limitatezza delle risorse. Va pertanto previsto in favore dell'obiettivo 3 un appostamento più consistente e comunque non inferiore al 35% del totale onde evitare il crearsi di azioni dotate di risorse talmente esigue che la stessa Commissione è costretta a tagliare.

Appare ancora più importante che commercio e turismo rientrino in modo chiaro nell'obiettivo 3 del FESR sulla competitività delle imprese, tenendo presente quanto invece previsto sul fronte del FSC. Si rammenta infatti come questi comparti abbiano attinto dal FSC nella programmazione del settennio 2007-2013. Da quanto emerge nel documento invece, sembra che gran parte delle risorse assegnate all'Umbria nella programmazione 2014-2020 del FSC saranno destinate all'obiettivo 5 (clima e rischio ambientale) e all'obiettivo 7 (mobilità sostenibile di persone e merci). Occorre quindi una riflessione in merito.