

Riunione di Giunta del 28.03.2017- 1  
delibera n. 43

**OGGETTO:** FINANZIAMENTO DEI PROGRAMMI E DEI PROGETTI DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI TREVISO E BELLUNO CONDIVISI CON LA REGIONE VENETO: RICHIESTA DI AUTORIZZAZIONE AL MISE AI SENSI DELL'ARTICOLO 18 COMMA 10 DELLA LEGGE 580/93. PROPOSTA PER IL CONSIGLIO CAMERALE

Nell'anno duemiladiciassette addì 28 del mese di marzo presso la sede legale della CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI TREVISO-BELLUNO si è riunita la Giunta Camerale alle ore 09:50. Alla trattazione dell'argomento in oggetto risultano:

Presenti: il Presidente: sig. Mario Pozza,  
  
i Consiglieri sigg: dr. Roberto De Lorenzi, ing. Luciano Miotto, Pierluigi Sartorello,  
i Revisori dei conti: dr.ssa Silvana Bellan - Presidente, dr. Mauro Tomietto,

Assenti Giustificati: il Vicepresidente: dr.ssa Paola Ricci,  
i Consiglieri sigg: Ivana Del Pizzol, Walter Feltrin,  
il Revisore dei conti: dr. Silvio Lavagnini,

Segretario: dr. Romano Tiozzo "Pagio", Segretario Generale della Camera di Commercio

Assistono:

- dr. Marco D'Eredità, Vice Segretario Generale Vicario dell'Ente
- dr. Francesco Rossato, Dirigente Area Sviluppo Imprese dell'Ente
- rag. Giuseppina Gobetto, funzionario camerale

Il Presidente ricorda che le Camere di Commercio sono state interessate da un processo di riforma avviato con l'articolo 28 della L. n. 114/2014, di conversione del D.L. n. 90/2014 ("Misure urgenti per la semplificazione e la trasparenza amministrativa e per l'efficienza degli uffici giudiziari") che ha previsto una riduzione graduale del diritto annuale delle Camere di Commercio pari al 35 per cento per l'anno 2015, al 40 per cento per l'anno 2016 e al 50 per cento a decorrere dall'anno 2017.

Contestualmente il processo di riordinamento delle Camere di Commercio, culminato con il decreto legislativo n. 219 dello scorso 25 novembre 2016, ha apportato delle modifiche sostanziali

per quel che riguarda le funzioni, l'organizzazione e il finanziamento degli Enti camerali, senza, però, alterarne la *mission* che resta sempre quella di "svolgere funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali".

E' utile ricordare, prosegue il Presidente, che le Camere a differenza dalle Provincie e dagli altri enti locali sono gli unici soggetti pubblici "riformati". Le funzioni assegnate nell'ambito dell'organizzazione della Pubblica Amministrazione in parte ripercorrono competenze già note come:

- la pubblicità legale generale e di settore mediante la tenuta del registro delle imprese, del Repertorio economico amministrativo e degli altri registri ed albi attribuiti alle camere di commercio dalla legge aggiungendo la formazione e gestione del fascicolo informatico di impresa in cui sono raccolti dati relativi alla costituzione, all'avvio e all'esercizio delle attività d'impresa, nonché funzioni di punto unico di accesso telematico in relazione alle vicende amministrative riguardanti l'attività d'impresa, ove a ciò delegate su base legale o convenzionale;
- la tutela del consumatore e della fede pubblica, vigilanza e controllo sulla sicurezza e conformità dei prodotti e sugli strumenti soggetti alla disciplina della metrologia legale, rilevazione dei prezzi e delle tariffe, rilascio dei certificati di origine delle merci e documenti per l'esportazione in quanto specificamente previste dalla legge;
- il sostegno alla competitività delle imprese e dei territori tramite attività d'informazione economica e assistenza tecnica alla creazione di imprese e start up, informazione, formazione, supporto organizzativo e assistenza alle piccole e medie imprese per la preparazione ai mercati internazionali nonché collaborazione con ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, SACE, SIMEST e Cassa depositi e prestiti, per la diffusione e le ricadute operative a livello aziendale delle loro iniziative; sono in ogni caso escluse dai compiti delle Camere di commercio le attività promozionali direttamente svolte all'estero.

Altre funzioni sono completamente nuove:

- la valorizzazione del patrimonio culturale nonché sviluppo e promozione del turismo, in collaborazione con gli enti e organismi competenti; sono in ogni caso escluse dai compiti delle Camere di Commercio le attività promozionali direttamente svolte all'estero;
- le competenze in materia ambientale attribuite dalla normativa nonché supporto alle piccole e medie imprese per il miglioramento delle condizioni ambientali;

- L'orientamento al lavoro e alle professioni anche mediante la collaborazione con i soggetti pubblici e privati competenti, in coordinamento con il Governo e con le Regioni e l'ANPAL attraverso la tenuta e la gestione del registro nazionale per l'alternanza scuola-lavoro di cui all'art. 1 comma 41 della legge 13 luglio 2015 n. 107, sulla base di accordi con il Ministero dell'Istruzione, dell'università e della ricerca e con il Ministero del lavoro e delle politiche sociali, la collaborazione per la realizzazione del sistema di certificazione delle competenze acquisite in contesti non formali e informali e nell'ambito dei percorsi di alternanza scuola-lavoro, il supporto all'incontro domanda-offerta di lavoro, attraverso servizi informativi anche a carattere previsionale volti a favorire l'inserimento occupazionale e a facilitare l'accesso delle imprese ai servizi dei Centri per l'impiego, in raccordo con l'ANPAL, il sostegno alla transizione dalla scuola e dall'università al lavoro, attraverso l'orientamento e lo sviluppo di servizi, in particolare telematici, a supporto dei processi di placement svolti dalle Università;
- attività oggetto di convenzione con le regioni ed altri soggetti pubblici e privati, stipulate compatibilmente con la normativa europea negli ambiti della digitalizzazione, della qualificazione aziendale e dei prodotti, del supporto al *placement* e all'orientamento, della risoluzione alternativa delle controversie.

Il Decreto di riforma ha previsto anche la possibilità per le Camere di aumentare l'importo del diritto annuale fino ad un massimo del 20%, prevedendo una diversa modalità rispetto al passato e disponendo che: *“Per il finanziamento di programmi e progetti presentati dalla camere di commercio, condivisi con le Regioni ed aventi per scopo la promozione dello sviluppo economico e l'organizzazione di servizi alle imprese, il Ministro dello sviluppo economico, su richiesta di Unioncamere, valutata la rilevanza dell'interesse del programma o del progetto nel quadro delle politiche strategiche nazionali, può autorizzare l'aumento, per gli esercizi di riferimento, della misura del diritto annuale fino a un massimo del venti per cento..”*

In questo contesto, nell'ambito del progetto “Piano Industria 4.0” del MiSE, in realtà “Impresa 4.0”, nell'ottica di un rilancio di tutto il sistema economico nazionale attraverso l'adozione di normative specifiche e piani di attuazione mirati, volti ad offrire un supporto negli investimenti e nella digitalizzazione dei processi produttivi, come l'Agenda Digitale e gli altri programmi nazionali e regionali di e-government che rappresentano il quadro di riferimento, si inserisce l'iniziativa del sistema camerale denominata “ Punto Impresa Digitale” (PID).

Occorre dire che proprio il legislatore con il Decreto di riforma che riposiziona le camere di commercio, ha ritenuto che questi Enti siano i soggetti più idonei per diventare promotori ed esecutori, dei nuovi e aggiuntivi obiettivi in forza della particolare organizzazione a rete del

Riunione di Giunta del 28.03.2017- 4  
delibera n. 43

sistema e della la capillare presenza sul territorio che consente di creare, anche attraverso la tradizionale collaborazione con i soggetti associativi presenti nei consigli camerali, una rete di prossimità in grado di diffondere efficacemente iniziative e servizi volti alla digitalizzazione delle imprese.

Il progetto “Punto impresa digitale” (allegato n. 1 al presente provvedimento) è stato elaborato sia con un orizzonte nazionale in collaborazione con Unioncamere ed è finalizzato alla costruzione di un network camerale per la diffusione della cultura e della pratica digitale in particolare rivolto alle Micro, Piccole e Medie Imprese (MPMI), sia tenendo opportunamente conto anche delle specificità del territorio della nostra regione e dei soggetti che operano in questo perimetro.

E’ volto a realizzare un intervento che coinvolge tutti i settori economici, dall’agricoltura, all’industria, all’artigianato, al terziario di mercato, ai servizi e alle imprese di più piccola dimensione, incluse quelle individuali ed i professionisti, con la creazione di punti informativi e di assistenza alle imprese nei singoli territori sui processi di digitalizzazione con le modalità previste dal progetto.

Il progetto si inserisce in un’ottica istituzionale e quindi non si sovrappone alle attività avviate a livello locale.

Il secondo programma è anch’esso collegato alle nuove funzioni, con particolare riferimento a quelle previste dall’art. 2 lett. e) del D.Lgs. n. 219/2016.

E’ stato predisposto con la stessa modalità che tiene conto di un livello nazionale di servizi comuni e condivisi dalle camere di commercio garantiti dal coordinamento di Unioncamere e dall’esperienza maturata, seppur inizialmente nei livelli territoriali.

E’ orientato alla creazione e strutturazione di “Servizi di orientamento al lavoro e alle professioni”, nell’ambito del perimetro disegnato dalla norma e finalizzato al rafforzamento nei singoli territori delle nuove funzioni camerali, in particolare, mettendo a disposizione dei sistemi formativi e delle politiche attive del lavoro gli strumenti informativi oggi fruibili quali il Registro delle Imprese, il sistema informativo Excelsior, il Registro dell’Alternanza Scuola-Lavoro (RASL), gli Osservatori, il portale FILO e Movimprese, come indicato nel progetto e nella relativa relazione, allegati alla presente deliberazione. In questo ambito la Camera di Commercio di Treviso – Belluno, quella di Venezia Rovigo “Delta – Lagunare” e la Regione Veneto, per il tramite di Veneto Lavoro hanno sottoscritto un Protocollo di collaborazione delibera di Giunta n. 12 del 24.1.2017) che mette insieme le reciproche banche dati integrandole con le informazioni che perverranno

Riunione di Giunta del 28.03.2017- 5  
delibera n. 43

dagli Istituti scolastici e dalle Università, coinvolte nei programmi di Alternanza scuola lavoro o di Stage presso le Aziende.

Per attuare i progetti sopra indicati, si richiede, al sistema delle Camere di Commercio, una organizzazione rivisitata della sua struttura, con la creazione e introduzione di nuove figure professionali, da formare e da reperire tra il personale già in servizio e la creazione di una rete interattiva per il coordinamento a livello nazionale dei servizi offerti e lo scambio di informazioni tra gli enti coinvolti e tra enti e imprese.

Il terzo programma condiviso con le altre Camere di Commercio del Veneto sviluppa un altro ambito di competenze nuove assegnate dal più volte citato D.Lgs. n. 219/2016: la valorizzazione del patrimonio culturale nonché sviluppo e promozione del turismo e della cultura, in collaborazione con gli enti e organismi competenti.

Le camere venete hanno concordato questa progettualità tenendo conto delle strategie regionali e degli impegni assunti a livello locale attraverso la partecipazione attiva nelle Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni (OGD) con la sottoscrizione di appositi protocolli sia a Treviso che a Belluno con la Regione Veneto, ai sensi di quanto stabilito nel DGR n. 1661/2016.

Il progetto intende contribuire alla valorizzazione del patrimonio turistico e culturale con particolare attenzione ai principali attrattori presenti nelle due provincie in un'ottica di collaborazione con tutti i soggetti pubblici e privati che devono collaborare a creare delle condizioni di maggiore integrazione delle funzioni di accoglienza, promozione e commercializzazione dell'offerta turistica (allegato n. 3 al presente provvedimento).

I programmi proposti assumono un valore particolare all'interno del quadro delle politiche strategiche regionali e nazionali, tale da renderli condivisibili con la Regione e successivamente con il MiSE.

In particolare per le prime due progettualità il Ministero dello Sviluppo Economico con nota alle Camere di Commercio del Ministro, ha preannunciato il positivo parere all'incremento del diritto annuale per il triennio 2017-2019, finalizzato alla realizzazione di specifici programmi purché inseriti nel quadro delle politiche strategiche nazionali, in particolare nell'ambito della digitalizzazione delle imprese e nel rafforzamento del dialogo tra scuola e mondo del lavoro.

L'iter autorizzativo prevede la condivisione da parte delle regioni ed in tal senso nei giorni scorsi - informa il Presidente - è stato organizzato un incontro con il l'Assessore regionale con delega alle camere di commercio Roberto Marcato e con gli organismi associativi regionali. L'assessore si è riservato di valutare i programmi e di esprimere l'orientamento della Regione

Riunione di Giunta del 28.03.2017- 6  
delibera n. 43

Veneto successivamente alla approvazione da parte delle camere di commercio venete dei propri provvedimenti in maniera tale che la “condivisione “ richiesta dalla norma avvenga in tempo utile e comunque prima della programmata Conferenza Stato-Regioni prevista dopo la prima decade di aprile.

Complessivamente, secondo una valutazione di UnionCamere, sono stati stimati, a livello nazionale, in circa 43.300.000,00 € per il progetto “Punto Impresa Digitale” e di circa 15.500.000,00 per gli altri progetti, le risorse che verranno rese disponibili.

Per quanto riguarda la Camera di commercio di Treviso –Belluno si tratta di somme importanti che impattano finanziariamente nel triennio stimate in € 2.400.000,00 per il primo programma, € 1.200.000,00 per il secondo ed analogo importo per il terzo programma.

Il Presidente e il Segretario Generale, nel fornire ulteriori informazioni ai Consiglieri in ordine sia ai contenuti della delibera che dei progetti, fanno presente che, prima della riunione del Consiglio camerale fissata per il 6 aprile p.v., sono programmate delle riunioni tecniche con le associazioni di categoria sia di Treviso che di Belluno.

A conclusione, il Consigliere Miotto preannuncia il suo voto di astensione, motivato dalla posizione assunta sul tema da Confindustria nazionale.

#### LA GIUNTA

UDITA la relazione del Presidente;

VISTO il decreto legislativo n. 219 del 25 novembre 2016 di riordino del funzionamento e del finanziamento delle Camere di commercio;

*RICHIAMATO il nuovo testo del comma 10 dell'art. 18 della Legge 580/1993, che espressamente dispone: “Per il finanziamento di programmi e progetti presentati dalla camere di commercio, condivisi con le Regioni ed aventi per scopo la promozione dello sviluppo economico e l'organizzazione di servizi alle imprese, il Ministro dello sviluppo economico, su richiesta di Unioncamere, valutata la rilevanza dell'interesse del programma o del progetto nel quadro delle politiche strategiche nazionali, può autorizzare l'aumento, per gli esercizi di riferimento, della misura del diritto annuale fino a un massimo del venti per cento....”;*

DATO ATTO che dall'incremento del 20% del diritto annuale, si stima un maggior ricavo, al netto del maggior accantonamento al fondo di svalutazione crediti, pari a 1.600.000,00 per il triennio 2017 -2019;

Riunione di Giunta del 28.03.2017- 7  
delibera n. 43

CONSIDERATO che, il ricavo derivante dalla maggiorazione del 20% del diritto annuale, verrebbe così ripartito:

- 10% al progetto “Punto impresa digitale”;
- 5% al progetto “I servizi di orientamento al lavoro e alle professioni”;
- 5% al progetto con la Regione “Valorizzazione del patrimonio culturale e promozione del turismo nella provincie di Treviso e Belluno”;

RITENUTO che, i progetti di cui al punto precedente, fatti propri dalla Camera di Commercio richiedono, per la loro realizzazione, un importo annuo pari ad € 800.000,00 per il primo ed € 400.000,00 per il secondo, ed il terzo per ciascuna annualità del triennio 2017-2019;

ESAMINATE le schede progettuali allegate al presente provvedimento (all. 1, 2,e 3) e condivisi i contenuti ivi indicati;

CONSIDERATO che i progetti “Punto impresa digitale” e “I servizi di orientamento al lavoro e alle professioni” sono condivisi con Unioncamere nazionale garantendo, in questo modo standard comuni delle Azioni previste e nello stesso tempo specificità territoriali tipiche delle provincie venete;

ATTESO che il terzo programma “Valorizzazione del patrimonio culturale e promozione del turismo nella provincie di Treviso e Belluno” è stato condiviso a livello regionale con le altre camere del Veneto tenendo prioritariamente conto degli obbiettivi e delle strategie della Regione Veneto;

PRESO ATTO che, si rende necessario, al fine di reperire le risorse per il finanziamento dei programmi, provvedere all’aumento del 20% del diritto annuale, come previsto dall’art. 18 co. 10, della L. n. 580/1993, come sostituito dall’ art. 1, comma 1, lett. r), n. 1), del D.Lgs. 25 novembre 2016, n. 219 e che si stima un maggior ricavo, al netto del maggior accantonamento al fondo di svalutazione crediti, pari a 1.600.000,00 € per ciascuna annualità del triennio;

ATTESO che la previsione di incremento ha un impatto sulle imprese come di seguito esemplificato:

- il diritto annuale 2017 per un’ impresa individuale è pari ad 44,00 euro, con l’aumento sarebbe pari a 52,80 euro;
- una società di capitali, con fatturato minimo, deve versare 100,00, con l’aumento dovrebbe versare 120,00 euro,

e che gli importi derivanti dall’incremento sarebbero corrispondenti a quelli versati nel 2016 senza maggiorazione;

Riunione di Giunta del 28.03.2017- 8  
delibera n. 43

ATTESO che, affinché i progetti diventino operativi, occorre la condivisione con la Regione Veneto e l'approvazione da parte del Ministro dello Sviluppo Economico e che gli stessi potranno essere operativi solo alla conclusione dell'iter procedimentale di approvazione descritto nella Relazione e nella misura in cui gli stessi verranno approvati;

RITENUTO che, in caso non venissero ammessi tutti i progetti proposti, la maggiorazione si intenderà deliberata per la percentuale corrispondente al valore dei progetti autorizzati, riservandosi, in ogni caso, di apportare le necessarie variazioni al preventivo annuale 2017 in fase di aggiornamento;

ACQUISITO il parere del Segretario Generale in ordine alla regolarità del presente provvedimento ed alla conformità alle norme vigenti;

CON VOTO palesemente espresso, all'unanimità dei votanti, astenuto il Consigliere Miotto per le motivazioni esposte in premessa,

#### DELIBERA

1. di approvare i progetti di cui in premessa, allegati alla presente deliberazione di cui costituiscono parte integrante;
2. di proporre al Consiglio camerale, per le motivazioni esposte nella relazione e nelle premesse che si intendono integralmente richiamate, il finanziamento dei progetti con l'aumento dell'importo del diritto annuale, nella misura del 20%, per gli anni 2017, 2018 e 2019, con effetto dall'1/1/2017 destinandolo come segue:
  - 10% al progetto "Punto impresa digitale" per € 800.000,00;
  - 5% al progetto "I servizi di orientamento al lavoro e alle professioni" per € 400.000,00;
  - 5% al progetto con la Regione "Valorizzazione del patrimonio culturale e promozione del turismo nella provincie di Treviso e di Belluno" per € 400.000,00;
3. di dare atto che, l'incremento di cui al punto precedente, diventerà operativo solo previa condivisione dei progetti da parte della Regione Veneto e la conseguente approvazione da parte del Ministro dello Sviluppo Economico;
4. di dare atto che, in caso non vengano ammessi tutti i progetti proposti, la maggiorazione si intenderà deliberata per la percentuale corrispondente al valore dei progetti autorizzati;



Riunione di Giunta del 28.03.2017- 9  
delibera n. 43

5. di autorizzare il Presidente ad apportare le eventuali modifiche o variazioni che dovessero essere richieste dalla Regione Veneto in fase di condivisione dei progetti.

IL SEGRETARIO  
Romano Tiozzo "Pagio"

IL PRESIDENTE  
Mario Pozza

Il presente atto è un documento informatico originale in formato PDF/A (e conforme alle regole tecniche pubblicate nel DPCM 22 febbraio 2013, previste dall'art. 71 del Codice dell'Amministrazione Digitale - D. Lgs. n. 82/2005). Il documento è sottoscritto con firma digitale (verificabile con i software elencati sul sito dell'Agenzia per l'Italia digitale). In caso di stampa cartacea l'indicazione a stampa del soggetto firmatario rende il documento cartaceo con piena validità legale ai sensi dell'art. 4, comma 4bis del D.L. 18 ottobre 2012 n. 179.

## Punto impresa digitale

### 1. Il contesto dell'intervento

Lo scorso settembre il Ministero dello Sviluppo economico ha annunciato il *Piano Nazionale Industria 4.0 – Investimenti, produttività ed innovazione*. Si tratta di un'iniziativa che introduce anche in Italia una strategia nazionale sul tema della quarta rivoluzione industriale dopo quanto avviato negli Stati Uniti, in Germania e molti altri paesi, europei e non.

Il Piano prevede 5 direttrici strategiche di intervento, raggruppate in direttrici "chiave" (Investimenti innovativi e competenze), di "accompagnamento" (infrastrutture abilitanti e strumenti pubblici di supporto) ed "orizzontali" (governance ed awareness), nella quale si colloca anche il presente progetto di realizzazione dei Punti Impresa Digitale (PID).

*Industria 4.0* prevede tanto agevolazioni fiscali e strumenti pubblici di supporto agli investimenti che un insieme di interventi e target relativi ai fattori abilitanti (es. competenze, infrastrutture). Un quadro estremamente articolato che trova sponda e forti sinergie con le molte iniziative da tempo avviate a livello regionale, sia su impulso della programmazione comunitaria (es. S3, obiettivi tematici) che per scelte autonomamente operate dalle Regioni.

Pur essendo orientato verso la manifattura, il Piano adotta tra le sue linee-guida il principio della neutralità tecnologica e quello di interventi di tipo orizzontale e non settoriale.

E', infatti, evidente che industria, servizi, consumatori sono sempre più collegati tra loro dando origine a modelli di business, processi e prodotti nuovi secondo modalità che segnano il definitivo tramonto del modello lineare di innovazione che ha guidato per decenni gran parte delle scelte di policy in direzione di quello che è definito come ecosistema dell'innovazione, di cui anche la pubblica amministrazione è parte integrante.

La stessa Commissione europea nella formulazione dell'indice sullo sviluppo digitale - il DESI, *Digital Economy and Society Index*, rispetto al quale l'Italia occupa da tempo il 25° posto su 28 - adotta una scelta di tipo multidimensionale (connettività, capitale umano, utilizzo di Internet, integrazione digitale delle attività produttive, servizi pubblici digitali), evidenziando la natura trasversale e sistemica della digitalizzazione.

In buona sostanza si tratta di un piano che guarda non all'industria in senso stretto, ma all'impresa nel senso più allargato essendo mutuato dall'inglese "industries" che raccoglie ogni attività di intrapresa.

Un aspetto, quello della trasversalità del digitale, che non sfugge al Piano Industria 4.0 e che ha indotto il Ministero dello sviluppo economico a richiedere alle camere di commercio di realizzare un intervento a favore di tutti i settori economici - dall'agricoltura, all'industria, all'artigianato, al terziario di mercato, ai servizi - e delle imprese anche di più piccola dimensione, incluse quelle individuali ed i professionisti.

Un intervento giocato principalmente sul piano della crescita della consapevolezza “attiva” (ossia finalizzata all’azione), da parte di tali soggetti, sulle opportunità ed anche sui rischi – primo tra tutti quello di un approccio passivo – connessi al fenomeno del digitale.

La risposta delle camere alla richiesta del MISE è costituita dalla realizzazione di un network di punti informativi e di assistenza alle imprese sui processi di digitalizzazione, i Punti Impresa Digitale, le cui caratteristiche salienti sono descritte di seguito.

E’ fondamentale sottolineare che pur trattandosi di un piano nazionale le risorse del nostro Ente dovranno essere riservate nel territorio di competenza a beneficio delle imprese in esso allocate.

Gli assunti di base del progetto sono:

- l’adozione di una strategia digitale d’impresa non si esaurisce nella presenza sul web, nell’utilizzo dei social media e nell’adozione di un sistema di e-commerce. Essa riguarda l’intera value chain aziendale, i processi interni di produzione di prodotti e servizi e quelli di relazione a monte ed a valle con fornitori e clienti, i rapporti con le banche e la pubblica amministrazione. Ha quindi un impatto su tutte le componenti organizzative aziendali e sul modello di business dell’impresa;
- l’aspetto dell’integrazione tra i vari attori coinvolti nel processo produttivo (in filiere e non solo), impone una diffusione di una «cultura e di una pratica del digitale» in tutti i settori e le dimensioni d’impresa. E’ evidente, infatti, che la presenza di forti divari tra le “imprese 4.0” ed il resto del tessuto economico rappresenta un condizionamento negativo per gli stessi soggetti digitalizzati ed un fattore di esclusione per quelli che non lo sono;
- Il tessuto imprenditoriale italiano è costituito in larghissima parte da MPMI ed una loro insufficiente partecipazione all’economia digitale comporta, quindi, effetti negativi sullo sviluppo economico italiano complessivo;
- L’Agenda Digitale ed i programmi per l’*e-government* (es. SPID, fatturazione elettronica) fanno parte del medesimo quadro volto a diffondere cultura e pratica del digitale. Essi hanno anche effetti sui processi aziendali (si pensi a dichiarazioni ed autorizzazioni, dalle SCIA, alle dogane, all’*e-procurement* della PA, alle stesse camere di commercio) e “forzano”, in certa misura, il confronto – anche delle microimprese – con il tema del digitale. Per questo motivo l’iniziativa delle camere riguarderà sia i temi Industria 4.0 che quelli di Agenda Digitale con particolare riferimento alla de materializzazione dei processi;
- Nei processi di *digital transformation* l’elemento umano costituisce l’aspetto di maggior rilevanza, ancor più che la tecnologia. Per tale motivo sono indispensabili interventi a carattere informativo e formativo indirizzati tanto agli imprenditori che agli addetti. In proposito è rilevabile, come del resto fa il Piano Industria 4.0, una forte relazione tra le policy riguardanti l’orientamento, l’alternanza, l’istruzione tecnica superiore ed universitaria, il *lifelong learning* e quelle relative alla diffusione del digitale. E di questo aspetto devono necessariamente tener conto gli interventi a supporto delle imprese, come quello rappresentato dall’iniziativa dei PID camerali.

- il Sistema camerale svolge funzioni istituzionali, confermate dalla recente riforma, di supporto allo sviluppo imprenditoriale ed alla sua competitività e intende affrontare in modo organico il tema della diffusione della cultura e della pratica dell'economia digitale, specie nelle situazioni (dimensionali, territoriali o settoriali) nelle quali si verificano asimmetrie informative o d'offerta.
- Il Piano Industria 4.0, l'Agenda Digitale e gli altri programmi nazionali e regionali in materia di innovazione digitale rappresentano il quadro di riferimento nell'ambito del quale si inserisce l'iniziativa dei Punti impresa digitale.
- La capillare presenza sul territorio del sistema camerale consente di creare una rete di prossimità in grado di diffondere efficacemente iniziative e servizi volti alla digitalizzazione delle imprese ai quali dovranno essere necessariamente affiancati altri sportelli di diffusione in primis le associazioni datoriali tramite apposite convenzioni e vaglio dei requisiti.

## 2. I Punti Impresa Digitale: la logica di intervento

Un obiettivo di particolare rilevanza per i PID è costituito dalla crescita della consapevolezza delle imprese sulle soluzioni possibili offerte dal digitale e sui loro benefici.

Ciò implica non solo un processo a carattere informativo ma anche una forma di partecipazione diretta (dal "toccare con mano" le possibili soluzioni a forme di collaborazione "attiva" in workshop e *living labs*) e di assistenza nella fase di implementazione degli interventi ("*execution*").

Le fasi del processo di *awareness* sono quindi collegate al **grado di coinvolgimento dell'impresa**:

- informazione e sensibilizzazione sui temi, tipicamente attraverso eventi, seminari, servizi di desk;
- consapevolezza sul proprio posizionamento sui temi del digitale, attraverso forme di autovalutazione, a partire dal modello sul grado di maturità digitale in corso di predisposizione da parte del MISE, fino ad assessment di tipo organizzativo e di mercato tarati sulle caratteristiche dell'impresa, in particolare dimensione e settore di mercato in cui opera;
- verifica di esempi concreti e di *best-practice* che assumono il valore di benchmark e sono elementi di stimolo all'adozione di innovazioni;
- decisione sulla necessità di realizzare interventi e, quindi, di individuare soggetti in grado di assistere l'impresa nella fase di *execution*;
- partecipazione a momenti di sperimentazione condivisi, anche in collaborazione-competizione con le altre imprese, nei quali l'impresa non recepisce solo soluzioni ma è soggetto propositivo;
- elaborazione di progetti condivisi con altri partner fino a prefigurare soluzioni comuni (es. reti d'impresa, adozione di standard e protocolli condivisi) e proposte anche alle istituzioni.

Il coinvolgimento delle imprese è fortemente dipendente dalla capacità delle camere di commercio (come di qualsiasi altra struttura con obiettivi di progetto simili) di sposare una logica di tipo “push”, ossia di effettuare una azione costante e diretta su target di imprese da informare sulle iniziative attivate dal PID. Per questo motivo, come più avanti evidenziato, vengono messi in campo alcuni strumenti di supporto tra cui la piattaforma CRM e la figura dei digital promoter.

Se questo è, in larga massima, il campo d’azione dei PID è necessario tener conto di alcuni elementi di particolare rilevanza:

- 1) quali aspetti – concretamente – il PID camerale può assumere come terreno d’azione;
- 2) il raccordo con gli altri soggetti che operano nel medesimo ambito di supporto allo sviluppo imprenditoriale, in particolare le associazioni imprenditoriali con le quali dovrà essere rafforzato il network;
- 3) le iniziative presenti sul territorio, in particolare quelle attivate dalle Regioni, al fine di ricercare il massimo delle sinergie ed evitare inutili e dispersive duplicazioni;
- 4) l’inquadramento nella strategia del Piano nazionale Industria 4.0;
- 5) l’esigenza di assicurare un insieme minimo di funzioni di supporto alle imprese tale da assicurare il raggiungimento di economie di scala e di rete e rispondere ad un principio, anche etico, di assicurare pari opportunità indipendentemente dal settore o dal territorio di appartenenza, come si conviene ad un’iniziativa operata da un soggetto pubblico quali sono le camere di commercio.

Nel tenere in conto di questi elementi, il presente progetto traccia un ruolo dei PID basato su elementi comuni ed ampie possibilità di adattamento alla realtà regionale e locale.

Di seguito viene presentata la proposta organizzativa dei PID.

### 3. Organizzazione e servizi dei PID

Come evidenziato i Punti Impresa Digitale sono servizi localizzati presso le camere di commercio dedicate alla diffusione della cultura e della pratica della diffusione del digitale nelle MPMI di tutti i settori economici.

Sul tema dell’approccio multisettoriale dei PID si evidenzia che il supporto offerto dai PID alle imprese riguarderà, oltre alle tematiche manifatturiere tipiche di Industria 4.0, anche diversi campi applicativi quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, ma per comprendere al meglio la valenza dell’intervento:

- **l’agricoltura di precisione** con l’utilizzo di tecnologie digitali finalizzate a conciliare l’aumento della produttività, la riduzione dei costi, la sostenibilità ambientale e la sicurezza e qualità dei prodotti anche sul tema della tracciabilità;
- **l’artigianato digitale**, con il nuovo paradigma della produzione digitale, della stampa 3D, dei progetti opensource, rispondendo alle esigenze di diversificazione e personalizzazione ed aprendo le porte a nuovi modelli di business nell’artigianato di produzione e di servizio;

- **l'edilizia 4.0**, non solo nella produzione di materiali, componenti ed impianti quanto in termini di applicazione agli edifici, ad esempio, dell'IoT (sicurezza, efficienza energetica, domotica, manutenzione), progettazione e gestione cantieri, robotica applicata a costruzioni ed installazioni;
- **negozi smart**, dall'utilizzo di strumenti digitali e *l'internet of things* per il *proximity marketing*, la cura della *shopping experience* e della relazione con il cliente, la movimentazione *in-store* e la gestione di magazzino e della supply chain per comprendere i più "usuali" (ma non sempre diffusi) strumenti del web 2.0 (es. social media).

Questi solo alcuni esempi ai quali si aggiunge un vasto insieme di possibili ambiti applicativi, dal turismo alla ristorazione, ai servizi all'impresa ed alla persona oltreché come si diceva sulle questioni dell'agenda digitale con attenzione alle tematiche della fatturazione elettronica.

In ciascuna camera di commercio sarà presente almeno un Punto (almeno 60 punti), specializzato sul tema del digitale ed integrato nell'organizzazione della camera e con un possibile coordinamento anche a livello regionale, anche se questo non deve essere un punto vincolante del progetto.

Al network di punti «fisici» si aggiunge quello della presenza in rete attraverso il ricorso ad un'ampia gamma di strumenti digitali che vanno da siti specializzati, forum e community, utilizzo dei social media

Presso Punto Impresa Digitale sono presenti risorse professionali, materiali (locali ed attrezzature) ed immateriali (es. materiali video e multimediali, banche dati, library informative) necessarie alla realizzazione alla produzione dei servizi.

Le risorse professionali previste sono rappresentate da:

- **Digital Leader** (o «ambassador»): è il coordinatore del PID camerale. Presidia l'intero PID ed il conseguimento dei risultati. Sviluppa il sistema di accordi con gli altri soggetti locali e regionali (altre strutture della camera, regioni, associazioni, ecc.). E' membro del gruppo nazionale di coordinamento del network. Ha la responsabilità della compliance normativa
- **Digital coordinator**: funzionari della camera (o aziende speciali o consorzi) - con esperienza di servizi per l'innovazione, promozione o internazionalizzazione - che presidiano il rapporto con le imprese. Svolgono l'assessment iniziale d'impresa con l'ausilio di tool di valutazione e di esperti nazionali e locali. Coordinano i digital promoter. Si rapportano operativamente con le altre strutture camerali nazionali e locali, con i Competence Center e con la rete di partner tecnologici
- **Digital mentor**: esperto selezionato dalla struttura nazionale in collaborazione con le camere di commercio che offre gratuitamente supporto di indirizzamento / consulenza alle MPMI (mentee) sulla base dell'accettazione di un codice di condotta (gratuità, riservatezza, ecc.). Opera sia attraverso incontri diretti che in modalità di «web mentoring»

I servizi sono, viceversa, raggruppati nelle seguenti categorie:

- A. Servizi informativi di supporto al digitale, all'innovazione, I4.0 ed Agenda Digitale**
- B. Assistenza, orientamento e formazione sul digitale**
- C. Interazione con la rete dei DIH Europei, di cui t2i è unico soggetto a Nordest, con altre reti/strutture partner nazionali e regionali (es. DIH sostenuti da associazioni, partner tecnologici, strutture ed iniziative regionali, laboratori, ITS, ecc.);**
- D. Interazione con i Competence Center universitari nazionali negli specifici campi di competenza;**
- E. Servizi specialistici per la digitalizzazione in collaborazione con Aziende speciali e le altre strutture del Sistema camerale**

Di seguito una possibile articolazione di base dei servizi previsti, ovviamente soggetta ad adattamenti per tenere conto delle diverse realtà regionali e locali.

**A) Servizi informativi di supporto al digitale, all'innovazione, I4.0 ed Agenda Digitale** (informazioni tramite guide su web, booklet di presentazione, call center, servizi informativi presso il PID, ecc.):

- opportunità del piano I4.0, sistema degli incentivi, collaborazione alla predisposizione delle FAQ;
- informazioni sui programmi nazionali e regionali (es. bandi dei PON e dei POR) a favore della digitalizzazione dei processi produttivi e di servizio;
- supporto informativo alle azioni previste dal Piano Agenda digitale, in particolare in tema di e-government;
- informazioni sulla fatturazione elettronica e la conservazione sostitutiva dei documenti;
- Informazioni sul pre commercial public procurement (commesse pubbliche) per l'innovazione.

**B) Assistenza, Orientamento e Formazione sul digitale:**

- *Assessment* del grado di «maturità digitale» definito dal MISE
- Valutazione risultati con un esperto del PID ed individuazione aree di miglioramento aziendale
- Individuazione degli interventi più adatti al singolo caso e dell'eventuale programma formativo suggerito
- Visita guidata all'Experience center con la presentazione di casi pratici di impiego del digitale
- Messa in contatto dell'impresa con strutture di assistenza per l'execution, camerali e dei partner.
- Servizi di mentoring

Sul tema dell'Experience center si evidenzia come l'ampia articolazione delle tematiche coperte dai PID suggerisca una soluzione basata su due momenti:

- quello di tipo virtuale, con una presentazione agli imprenditori permanente (ed assistita) di materiali video (es. casi applicativi e best practice) e documentazione, il che consente anche economie di scala nella produzione dei contenuti;
- quello di una demo-area con la presenza anche di attrezzature fisiche (es. stampanti 3D) su base temporanea ed in collaborazione con i produttori / distributori. In sostanza, uno spazio di tipo dimostrativo da allestire per eventi di presentazione relativi alle tematiche, di volta in volta, affrontate.

**C) Interazione con i Competence Center e le altre strutture partner nazionali e regionali (es. strutture attive di associazioni, partner tecnologici, strutture ed iniziative regionali, laboratori, ITS, ecc.)**

Sull'aspetto delle strutture per *l'execution* i Punti si avvalgono, altresì, di una rete di partner (competence center, DIH europei, DIH di Confindustria e RE.TE, università, associazioni di categoria e quelle professionali, ecc.), presenti nel territorio delle provincie di Treviso e di Belluno, cui indirizzano le imprese per i servizi tecnologici e relativi interventi formativi maggiormente specializzati. Sarà necessario mappare l'offerta di dettaglio delle reti con cui è stabilita la collaborazione, cercando di favorire la massima efficacia in termini qualitativi ed efficienza in termini di livello di servizio alle imprese.

In proposito sono previste due linee di azione per le quali è prevista anche la destinazione di una quota del budget di progetto:

- accordi che le camere di commercio potranno sviluppare a livello locale, regionale ed, eventualmente, nazionale per la produzione di alcuni servizi specializzati del PID;
- attività di formazione per le imprese tramite soggetti appositamente convenzionati;
- voucher alle imprese per la realizzazione di interventi specifici per ciascuna impresa.

**D) Servizi specialistici per la digitalizzazione in collaborazione con Aziende speciali o società consortili e le altre strutture del Sistema camerale**

Si tratta dei servizi a carattere tecnologico o comunque connessi alle innovazioni che le aziende intendono adottare in collegamento a processi di digitalizzazione. Hanno la caratteristica di essere disponibili a richiesta dell'azienda e prodotti internamente dalla camera o da strutture camerali (es, aziende speciali) locali, regionali o nazionali. Ad esempio, se il servizio di assistenza alla protezione della proprietà intellettuale (marchi, brevetti, design, copyright) non è presente nella specifica camera, essa potrà avvalersi di un centro PIP o PATLIB di un'altra struttura camerale. Tra i servizi attivabili dalle camere si evidenziano:

- Servizi connessi ad Agenda Digitale ed al rapporto con la PA (es. CNS, SPID, Fatturazione elettronica, PagoPA, e-procurement della PA)



- Normativa tecnica e sistemi di certificazione di prodotto, impresa, filiera e professioni. Punto di accesso alla normativa tecnica. Corsi e seminari sulla cultura della qualità e della certificazione. Informazioni su sistemi di certificazione delle professioni in campo ICT;
- Funding: programmi finanziati regionali, nazionali ed europei nel campo della R&S&I e sulle opportunità di finanziamento privato (Istituti di credito, VC, altre fonti finanziarie)
- Aspetti legali, privacy e cybersecurity
- Protezione della proprietà intellettuale (centri PIP e Patlib)
- Sperimentazione diretta di tecnologie digitali per possibili applicazioni al business grazie a laboratori dedicati (es. Realtà Aumentata, Digital Interaction, Usabilità)
- Efficienza energetica e sostenibilità ambientale – Economia circolare
- Nuovi modelli di business e valutazione di progetti d'impresa innovativi digital-enabled
- Benchmark con realtà nazionali e internazionali di riferimento
- Accesso a network qualificati di Centri di Ricerca e Università qualificate in Europa per lo sviluppo di progetti collaborativi di ricerca su bandi EU (es. programma Horizon2020)

Tutte queste attività dovranno essere coordinate e organizzate in piena sussidiarietà con gli altri soggetti pubblici e privati che operano nel territorio valorizzando le “migliori esperienze” per metterle a fattore comune per un migliore servizio alla comunità delle imprese.

### **Piattaforme e servizi condivisi**

I Punti Impresa Digitale costituiscono un network che non è caratterizzato solo da obiettivi e modalità d'azione comuni, ma anche da alcuni servizi comuni. Ciò risponde a logiche di tipo economico (economie di scala), alle necessità di gestione del network, di monitoraggio e misurazione delle performance e per motivi di tipo tecnico-operativo.

Tra gli aspetti di tipo condiviso si segnalano:

- la **formazione dei funzionari camerati**, almeno per gli aspetti di tipo comune, tra cui le modalità di promozione ed erogazione dei servizi;
- l'acquisizione in ogni fase, dalla promozione, alla partecipazione agli eventi, ai risultati degli interventi (anche di quelli sviluppati dai competence center ed altri soggetti coinvolti attraverso specifiche schede di feedback) di informazioni sulle imprese coinvolte nel progetto. Ciò risulta essere essenziale anche per lo sviluppo di un processo continuativo di profilazione necessario a rendere maggiormente mirate le iniziative camerati e consentire il **monitoraggio delle attività del network e dei risultati**. In sostanza, l'utilizzo di una **piattaforma nazionale di CRM** collegata anche all'insieme dei dati e dei servizi camerati, in gran parte gestiti da InfoCamere;
- la produzione di **materiale multimediale** per l'Experience center ed ulteriori **servizi e documentazioni comuni** (dai booklet di presentazione alla gestione di community e forum);
- le campagne di **promozione del network** nel suo insieme.

Inoltre è necessaria la reazione di un momento di **condivisione e governance del network** che può essere realizzato anche in forma di commissione o gruppo di coordinamento, con la presenza di **rappresentanze camerali, Unioncamere, MISE e Regioni** senza la necessità di creare apposite strutture societarie o consortili sempre valorizzando la sussidiarietà anche con gli altri soggetti che operano nel territorio.

Per la realtà della Camera di Commercio di Treviso - Belluno ci sono da sottolineare alcuni aspetti peculiari:

- una parte di questa attività sul tema del digitale potrà e dovrà riguardare il sostegno alla propria consortile T2I che è già D.I.H. europeo, nell'ambito della piattaforma I4MS – in alcuni campi tecnologici di riferimento (*IoT - Internet of Things, CPS - Cyber Physical Systems e HPC – High Performance Computing*) e con il laboratorio di *Digital Interaction* dedicato “Neroluce”, anche attraverso contribuzioni per ulteriori attrezzature sia presso i laboratori di Oderzo che per quelli destinati in altre sedi, ma possono essere utili alle imprese delle due provincie. La società consorzia altre camere di commercio del Veneto (Camera di commercio di Venezia – Rovigo “Delta – lagunare” e Camera di Commercio di Verona) e collabora con altre strutture partecipate dal sistema camerale (es. PST Galileo di Camera di Commercio di Padova), costituendo una struttura di condivisione e collegamento di esperienze, servizi e progetto su scala almeno regionale;
- dovranno essere valorizzate le esperienze presenti nel territorio per costruire una rete di soggetti operativi con standard comuni e condivisi di servizi da realizzare come possono essere i laboratori di ricerca delle Università, l'esperienza di Certottica, quella della vicina Stazione sperimentale del Vetro, la Fondazione Fornace d'Asolo, l'esperienza di Confindustria Belluno in collaborazione con l'Università di Trento a Feltre;
- La Camera di Commercio di Treviso – Belluno nell'ottica della collaborazione avviata con la vicina Camera di commercio di Venezia – Rovigo “Delta – lagunare” con il Protocollo di collaborazione, di cui alla delibera di Giunta n. 22 del 14.2.2017, ricercherà tutte le possibili integrazioni per sviluppare, anche in questo ambito, il modello collaborativo.

#### 4. Il budget di progetto

Le principali voci di spesa per la realizzazione del progetto sono finalizzate a tre principali obiettivi:

- Avvio e gestione dei PID;
- Interventi a favore delle imprese (meccanismo a voucher)
- Raccordo con la consortile T2I (D.I.H. europeo, formazione e azioni concordate con le università) ed il sistema universitario e le altre realtà di territorio più sopra richiamate.

Per quanto riguarda il primo aspetto si evidenzia che le spese previste hanno natura **incrementale**, ossia, riguardano solo le componenti aggiuntive - necessarie al progetto - rispetto a quanto previsto dalle attività camerali ordinarie. Di seguito le voci di spesa, nella massima parte di funzionamento ed adattabili alle esigenze e scelte organizzative delle camere, costituite da:

- **Personale camerale**, in misura 3 dipendenti per camera dedicati al 50% al progetto, equivalenti a 1,5 FTE. Non è prevista alcuna nuova assunzione;
- **Mentor**, il servizio è svolto gratuitamente dai mentor con il riconoscimento delle sole spese (trasferite, spese documentate) per un massimo di 3.000 euro/mentor. Analogamente ad altri progetti è prevista una spesa per la selezione e gli eventi di *matchmaking* mentor-mentee
- **Piattaforme comuni, software e banche dati**. La stima è di c.a. 40.000 euro/PID di cui 1/2 dedicato alle piattaforme comuni e materiali multimediali e di documentazione ed il resto all'adeguamento software ed all'acquisto di banche dati sulla scorta della situazione specifica e scelte di servizio di ciascuna camera;
- **Comunicazione e marketing**, sono stimati 10 eventi per una media di 2.000 euro ciascuno cui si aggiungono 15.000 euro per spese pubblicitarie e di promozione locali e 5.000 euro di compartecipazione alle campagne al fine di una necessaria dissemination;
- **Servizi esterni**, sono le spese che la camera sostiene per l'acquisizione di servizi tecnici di supporto (o collaborazioni) da soggetti quali università, imprese, poli tecnologici, professionisti e associazioni imprenditoriali. Anche in questo caso è un costo variabile in funzione delle caratteristiche e scelte dal nostro Ente. E' stimato in 60.000 euro per la nostra camera;
- **Oneri fiscali**, comprendono l'IVA indetraibile e le altre imposte e tasse connesse all'attività del PID. Sono stimati nella misura del 10% delle voci precedenti (escluse spese generali) e dipendenti essenzialmente dall'IVA.

**Per quanto riguarda i Voucher si stima il valore medio in circa 1.000 euro a Voucher**, con una possibile gradualità in base alla *digital readiness*, ovvero alla necessità di eventuali azioni di preparazione della impresa verso la *digital transformation*.

Le voci di spesa indicate potranno essere modificate in sede di realizzazione operativa del programma.

Considerando la nostra realtà per il periodo 2017 – 2019 del progetto è, quindi, di:

### RISORSE FINANZIARIE ANNUE DEL PROGETTO

(PID, Anni 2017-2019)

Voci di spesa	Importo annuo <sup>(**)</sup>	%
Personale camerale dedicato (costo già ricompreso a preventivo economico) e formazione: si tratta della necessaria formazione delle risorse camerale sul tema	10.000	1,25%
Servizio di Mentoring: si tratta dell'attività di accompagnamento alle imprese da svolgere con strutture qualificate	70.000	8,75%
Piattaforme software, materiale multimediale, banche dati, servizi	40.000	5%
Comunicazione e marketing e call center	40.000	5%
Servizi esterni dei PID: attività da fare con imprese selezionate nel rapporto con le università e con la rete territoriale	60.000	7,5%
<b>A) Totale progetto al netto di spese generali ed oneri fiscali</b>	<b>215.000</b>	<b>26,875%</b>
Spese generali (già sostenute a preventivo economico)	0	0%
Oneri fiscali	22.000	2,75%
<b>B) TOTALE PROGETTO</b>	<b>237.000</b>	<b>29,625%</b>
Voucher alle imprese	363.000	45,375%
Formazione per imprese (o progetti di miglioramento specifici di settore)	100.000	12,5%
Sostegno attività consortile per progetti di innovazione e ricerca	100.000	12,5%
<b>TOTALE INCLUSI VOUCHER</b>	<b>800.000</b>	<b>100%</b>

N.B. dal secondo anno i voucher alle imprese potranno crescere di almeno il 15% per effetto delle minori spese della fase 1 e le spese potranno essere rimodellate esclusivamente a vantaggio del sistema delle imprese.

## **I SERVIZI DI ORIENTAMENTO AL LAVORO E ALLE PROFESSIONI (Proposta del 26/3/2017)**

### **1. IL QUADRO DI RIFERIMENTO**

#### **1.1 L'ASSETTO NORMATIVO**

Negli ultimi anni, il ruolo delle Camere di Commercio sui temi dell'orientamento, dell'alternanza scuola-lavoro e dell'incontro domanda-offerta di formazione e lavoro si è progressivamente ampliato e rafforzato, anche per effetto dei provvedimenti normativi che hanno riconosciuto al Sistema Camerale specifiche competenze e funzioni. Già prima della riforma, l'evoluzione del quadro legislativo nell'arco temporale compreso tra il 2003 e il 2015 aveva assegnato alle CCIAA le seguenti competenze:

- ✓ cooperare con le istituzioni scolastiche e universitarie in materia di alternanza scuola-lavoro e orientamento al lavoro e alle professioni (d.lgs. 23/10);
- ✓ ricoprire un ruolo istituzionale per la realizzazione e diffusione di servizi e strumenti per l'alternanza scuola-lavoro, quali soggetti da coinvolgere in sede di progettazione, attuazione e valutazione dei percorsi formativi (legge n.53/2003 e d.lgs. 77/2005), rafforzato con la riforma della scuola attraverso l'istituzione del registro nazionale per l'alternanza scuola lavoro (legge 107/2015);
- ✓ contribuire a favorire i percorsi di orientamento per gli studenti, prevedendone il coinvolgimento attivo nella stipula di specifiche convenzioni per la progettazione, realizzazione e valutazione delle iniziative e dei percorsi orientativi delle istituzioni scolastiche e universitarie (decreto legge 104/2013, convertito in legge 128/2013);
- ✓ svolgere funzioni di intermediazione tra domanda e offerta di lavoro in "regime particolare di autorizzazione" (d.lgs. 276/2003, in attuazione della legge 128/2013);
- ✓ concorrere alla realizzazione ed allo sviluppo delle reti territoriali per i servizi di istruzione, formazione e lavoro e per l'individuazione e validazione degli apprendimenti, con riferimento al sistema nazionale di certificazione delle competenze (legge 92/2012 e relativo d.lgs. attuativo n.13/2013).

La legge di riforma del Sistema Camerale, con il *decreto legislativo 219 del 25.11.2016 (art.2 lettera e)*, ha definitivamente sancito e formalizzato tale ruolo,

assegnando ufficialmente alle Camere di commercio la funzione di **orientamento al lavoro e alle professioni anche mediante la collaborazione con i soggetti pubblici e privati competenti, in coordinamento con il Governo e con le Regioni e l'ANPAL** attraverso:

- la tenuta e gestione del **registro nazionale per l'alternanza scuola-lavoro**, sulla base di accordi con MIUR e MLPS;
- la collaborazione per la realizzazione del **sistema di certificazione delle competenze**, in particolare acquisite in contesti non formali e informali e nell'ambito dei percorsi di alternanza scuola-lavoro;
- il **supporto all'incontro domanda-offerta di lavoro**, attraverso servizi informativi anche a carattere previsionale volti a favorire l'inserimento occupazionale e a facilitare l'accesso delle imprese ai servizi dei Centri per l'Impiego, in raccordo con l'ANPAL;
- il sostegno alla **transizione dalla scuola e dall'università al lavoro**, attraverso l'orientamento e lo sviluppo di servizi, in particolare telematici, a supporto dei processi di placement svolti dalle Università.

## **1.2 GLI ACCORDI NAZIONALI DI COLLABORAZIONE**

Il 12 dicembre 2016 è stata siglata **l'intesa istitutiva del Registro Nazionale per l'Alternanza Scuola Lavoro (RASL)** che, oltre a disciplinarne le finalità e le funzioni, prevede specifiche forme di collaborazione tra il sistema camerale, il sistema educativo di istruzione e formazione e il mondo del lavoro per:

- ✓ valorizzare il Registro come strumento di trasparenza, pubblicità e di programmazione delle politiche e degli interventi mirati alla maggiore diffusione dell'alternanza scuola lavoro e dell'apprendistato e al raccordo tra scuola e mondo del lavoro;
- ✓ facilitare il monitoraggio, la conoscenza delle attività, il raccordo tra scuola e mondo del lavoro, individuando e condividendo ulteriori informazioni da raccogliere e inserire nel RASL rispetto a quelle contenute nel Registro delle imprese, anche attraverso l'utilizzo e la messa a sistema di altre banche dati a disposizione delle Parti.

L'intesa prevede inoltre di:

- ✓ predisporre analisi sulle caratteristiche economico-produttive e sui fabbisogni occupazionali dei territori, nonché studi e analisi aggregate sui soggetti che si

rendono disponibili ad effettuare percorsi di alternanza scuola lavoro e apprendistato;

- ✓ rendere disponibili i riferimenti delle scuole per tipologia di percorso formativo e territorio, così da facilitare i contatti tra CCIAA, imprese, enti pubblici e privati e mondo dell'istruzione e della formazione;
- ✓ collaborare all'organizzazione di incontri e laboratori per studenti e docenti sul rapporto tra i giovani e l'economia;
- ✓ promuovere, ciascuno nell'ambito della propria autonomia e della rispettiva competenza, anche attraverso specifici protocolli di intesa a livello territoriale, iniziative volte a favorire la diffusione del Registro, della progettazione di percorsi di alternanza scuola lavoro e di apprendistato, come strumenti di facilitazione del raccordo tra scuola, impresa ed enti per l'occupabilità dei giovani.

Il 20 dicembre 2016 è stato poi siglato un **protocollo di collaborazione stabile e continuativa tra il sistema delle CCIAA e l'ANPAL** attraverso la condivisione di strategie e azioni per il rafforzamento dei sistemi informativi a supporto del mercato del lavoro, nonché per il raccordo sui territori tra i sistemi imprenditoriali e la rete nazionale dei servizi per le politiche del lavoro. A tal fine si prevede, tra l'altro, di progettare e realizzare congiuntamente applicazioni informatiche per:

- ✓ rendere possibile la conoscenza delle opportunità di lavoro nei diversi ambiti territoriali;
- ✓ consentire l'individuazione di cluster di imprese ad elevata potenzialità di assunzione;
- ✓ fornire informazioni per l'orientamento formativo e lavorativo mediante guide personalizzate "on line".

## 2. IL RUOLO DEL SISTEMA CAMERALE (E NELLO SPECIFICO DEL SISTEMA VENETO)

Il posizionamento delle Camere di Commercio sta sempre più evolvendo da un ruolo di garanzia e “*compliance*” amministrativa a un ruolo attivo di motore di sviluppo dei sistemi economici locali, anche sul fronte dell’investimento nel “capitale territoriale”: riferendosi con tale espressione all’insieme dinamico di conoscenze e competenze da mettere a disposizione delle imprese e tale da costituire un vantaggio competitivo di localizzazione. In questa cornice si inseriscono a pieno titolo tutte le azioni di *collegamento tra formazione>orientamento>lavoro>impresa*. Che servono:

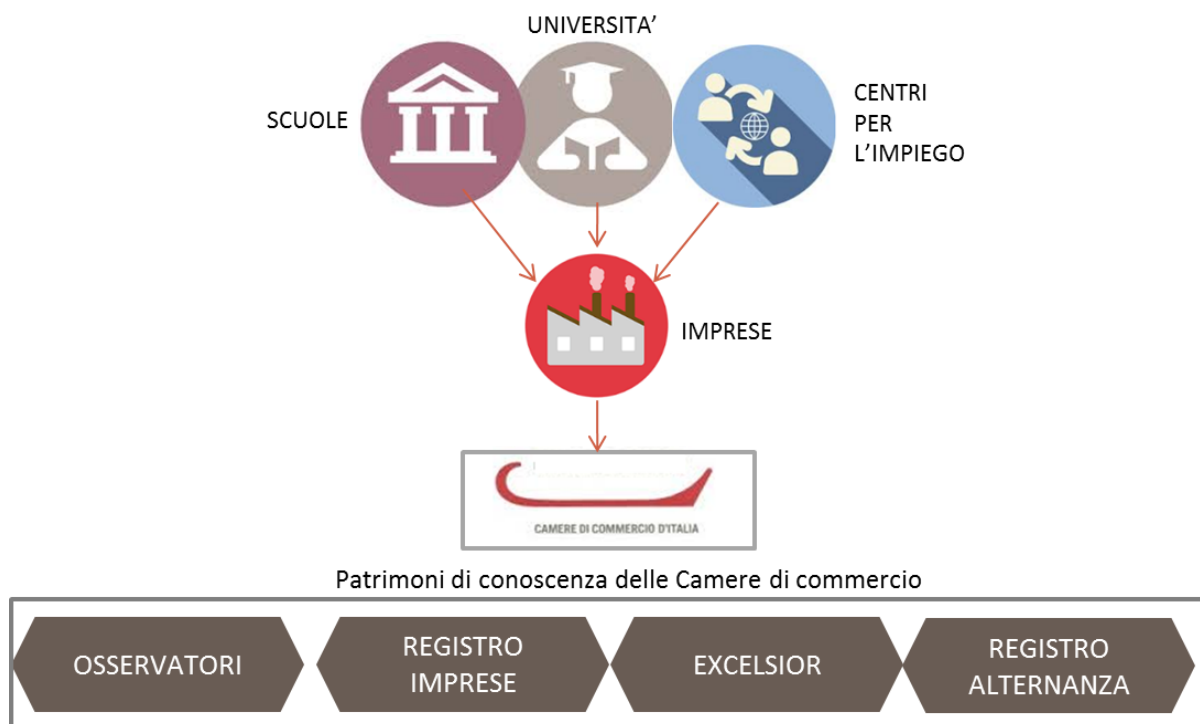
- **alle imprese**, per accedere con più efficienza alle professionalità di cui hanno bisogno per crescere, affrontare i mercati internazionali, fare innovazione;
- **a chi studia e a chi cerca un lavoro** - ma anche a chi è già occupato - : per migliorare la propria occupabilità, tramite molteplici esperienze formative, d’aula e in contesto lavorativo, che diventano anche opportunità di auto-orientamento, nonché di crescita personale.

Per ricoprire tale ruolo, il sistema camerale mette a disposizione dei sistemi formativi e delle politiche attive del lavoro un patrimonio di informazioni ampio e articolato a supporto delle loro attività, in particolare per l’orientamento, la definizione dei piani dell’offerta formativa, l’alternanza scuola lavoro. Nello specifico, i principali *assets* oggi fruibili sono:

- il **Registro delle Imprese**, che costituisce la vera e propria anagrafe delle imprese, in cui si trovano i dati di costituzione, modifica e cessazione di tutte le imprese con qualsiasi forma giuridica e settore di attività economica, con sede o unità locali sul territorio nazionale. Fornisce un quadro completo della situazione giuridica ed economica di ciascuna impresa ed è un formidabile patrimonio informativo della realtà imprenditoriale nazionale, consentendo l’elaborazione di analisi e indicatori di sviluppo economico ed imprenditoriale in ogni settore e area di appartenenza;
- il Sistema Informativo **Excelsior**, che ricostruisce annualmente e trimestralmente il quadro previsionale della domanda di lavoro e dei fabbisogni professionali e formativi espressi dalle imprese, fornendo indicazioni di estrema utilità soprattutto per supportare le scelte di programmazione della formazione, dell’orientamento e delle politiche del lavoro;



- il portale **FILO**, piattaforma nata per integrare le competenze, le conoscenze, i sistemi e gli strumenti della rete degli sportelli del sistema camerale per la formazione, l'imprenditorialità, il lavoro e l'orientamento;
- il **Registro dell'Alternanza Scuola Lavoro (RASL)**, la piattaforma ufficiale realizzata e gestita dal sistema camerale d'intesa con MIUR e MLPS per promuovere e sviluppare i percorsi scolastici in alternanza e l'apprendistato, dando ai giovani la possibilità di fare esperienze di apprendimento on the job nelle imprese, negli studi professionali e negli enti pubblici, privati e non profit;
- **Movimprese**, che fornisce un'analisi statistica trimestrale della nati-mortalità delle imprese e consente di analizzare le dinamiche della struttura economica dei territori e della nascita e cessazione delle imprese. Sistema che può essere ulteriormente potenziato e affinato, in questo contesto di supporto alle politiche per l'orientamento e l'occupabilità, pensando in particolare ad una lettura integrata della nati-mortalità d'impresa con le dinamiche occupazionali;
- gli altri **osservatori** che il Sistema camerale nazionale elabora in relazione alle esigenze ed alle necessità di analisi socio-economica del paese;
- gli Osservatorio territoriali esistenti, come – per le provincia di Treviso e con prossima estensione a quella di Belluno – l' **Osservatorio Economico Sociale**, che da oltre vent'anni svolge analisi del mercato del lavoro e inerenti l'evoluzione dei fabbisogni professionali, sistematicamente tradotte in azioni di informazione-orientamento presso le scuole. Osservatorio che beneficia di un partneriato diffuso composto da 18 Soci, fra cui tutte le associazioni imprenditoriali, le organizzazioni sindacali confederali, le principali istituzioni, fra cui l'Ufficio Scolastico Territoriale, la Provincia, Veneto Lavoro.
-



In particolare, facendo tesoro dell'esperienza maturata dall'Osservatorio Economico Sociale di Treviso, che grazie alla partnership con Veneto Lavoro ha già esplorato le possibilità d'integrazione fra archivi camerali e database sull'occupazione, vi sono tutte le condizioni affinché **le piattaforme telematiche del sistema camerale già esistenti** (Anagrafe camerale, RASL ed Excelsior), opportunamente integrate alle banche dati alimentate dalle "comunicazioni obbligatorie" (flussi reali di assunzioni/cessazioni), **possano evolvere in una vera e propria piattaforma multifunzionale per:**

- 1) **analisi incrociate fra settori/filiere, caratteristiche delle imprese e comportamenti occupazionali** (utili per identificare punti di forza e di debolezza del mercato del lavoro, e trarne opportune conseguenze in termini di politiche attive per il lavoro: tanto sul fronte della riqualificazione, a fronte di cluster d'impresе a rischio, quanto sul fronte dei trend occupazionali positivi/emergenti) ;
- 2) **matching tra domanda ed offerta di competenze**, come già sperimentato in alcune realtà locali, in grado di funzionare da repository di know-how e competenze disponibili, facilitandone l'intermediazione a fini sia occupazionali, sia di percorsi di alternanza scuola-lavoro;
- 3) **Tracciamento delle esperienze di AS-L:** sia ai fini della valutazione delle competenze acquisite in contesti lavorativi, sia ai fini delle analisi di correlazione fra percorso AS-L e occupabilità;

- 4) A corollario, ma intercettando un importante bisogno delle scuole: gestione amministrativa unificata delle interazioni scuola/impresa, a partire soprattutto dalla gestione dei percorsi AS-L.**

Si tratta dunque di utilizzare il patrimonio informativo disponibile per costruire e alimentare una piattaforma integrata, replicabile a scala nazionale, che serva da riferimento per imprese, lavoratori e operatori, quale strumento propedeutico per favorire efficaci interventi di politica attiva del lavoro. Le Camere di commercio possono in tal modo costituire un importante punto di riferimento per la raccolta di informazioni, la predisposizione di chiavi di lettura dei fenomeni osservati, la condivisione ragionata di immensi giacimenti informativi, fra loro integrati, con i vari interlocutori pubblici e privati che a vario titolo operano sui temi delle politiche dell'istruzione, della formazione, del lavoro.

### 3. IL MODELLO OPERATIVO E IL NETWORK TERRITORIALE

Gli obiettivi finali del servizio di orientamento al lavoro ed alle professioni sono, in estrema sintesi, i seguenti:

- **Comprendere le dinamiche fini dell'occupazione e della domanda di professionalità con strumenti inediti**, frutto dell'integrazione fra banche dati esistenti, nella piena consapevolezza della complessità e variabilità dei fenomeni economici post-crisi, difficilmente riconducibili a situazioni medie stabili;
- Mettere a disposizione queste informazioni **per favorire l'incontro domanda/offerta di lavoro** e di tirocini, come anche della transizioni scuola-università-lavoro: a supporto di scuole, università, agenzie per il lavoro, centri per l'impiego e supportando - ove necessario - anche l'autoimpiego e l'autoimprenditorialità come politica attiva del lavoro.
- **Infrastrutturare sul piano informatico, a partire dal RASL, il processo di definizione e valutazione dei percorsi di alternanza:** non solo per ragioni di facilitazione amministrativa e logistica per lo sviluppo di tirocini, ma anche allo scopo di generare, attorno a questo processo, ulteriori informazioni spendibili per le politiche per l'occupabilità, come per l'integrazione fra le diverse tipologie di apprendimenti;

Affinché tali obiettivi possano essere realizzati è indispensabile un network di attori, speculari ai soggetti coinvolti negli accordi nazionali, capaci di coordinarsi lungo tutta la filiera che dalla scuola arriva al lavoro. Il contesto territoriale di riferimento offre ottime premesse al riguardo per rafforzare azioni che già si fanno, ed altre che rappresentano gli aspetti di novità del progetto.

In tema di alternanza, ad esempio, è prevista in capo all'Ente camerale una forte attività di intermediazione della domanda di alternanza da parte delle imprese rispetto alla disponibilità dei giovani ad essere accolti in percorsi AS-L. Questo aspetto trova già declinazione, nel territorio, nelle seguenti azioni:

- a) Promozione e popolamento del Registro AS-L
- b) Partecipazione di professionalità dell'Ente camerale, tanto a Treviso quanto a Belluno, a Gruppi di Lavoro Misti (Scuola/lavoro) per indirizzi scolastici, allo scopo di promuovere percorsi di AS-L e un flessibile mix di opzioni organizzative tali da rendere sostenibile il carico logistico derivante dall'obbligatorietà dell'alternanza
- c) Sviluppo di iniziative formative funzionali a sviluppare linguaggi comuni, tra tutor scolastici e aziendali, al fine della valutazione degli apprendimenti in contesti lavorativi

In tema di orientamento professionale, il progetto conferma in capo alle CCIAA l'attività di rilevazione dei fabbisogni di competenze, tradizionalmente svolta tramite l'Indagine Excelsior. Indagine che sta evolvendo da indagine previsionale a monitoraggio continuo delle *vacancies* occupazionali. Evoluzione che, come sopra richiamato, nel nostro contesto territoriale può avere ricche implicazioni, grazie alla collaudata collaborazione con Veneto Lavoro: sulla base degli incroci fra esperienze AS-L, *vacancies* occupazionali, flussi reali dell'occupazione i dati che possono essere ricavati possono essere di estrema rilevanza, per identificare ad esempio filiere/settori e cluster di imprese con dinamiche occupazionali più vivaci, agganciate a determinati profili professionali.

Questa attività trova poi ideale combinazione con altre azioni già consolidate nel territorio, quali la disseminazione dei dati sul mercato del lavoro e degli scenari evolutivi presso le scuole, a scopo di orientamento e ridefinizione dei programmi formativi, ed altre azioni previste dal presente progetto: raccolta dei CV dei giovani disponibili al lavoro, dialogo continuo con gli Uffici Risorse Umane delle aziende, anche allo scopo di intercettare nuove professionalità e/o nuovi contenuti di professionalità esistenti (ad esempio tutto l'impatto della digitalizzazione dei processi produttivi sulle professionalità esistenti, ricondotta anche mediaticamente al nuovo paradigma "Industry 4.0").

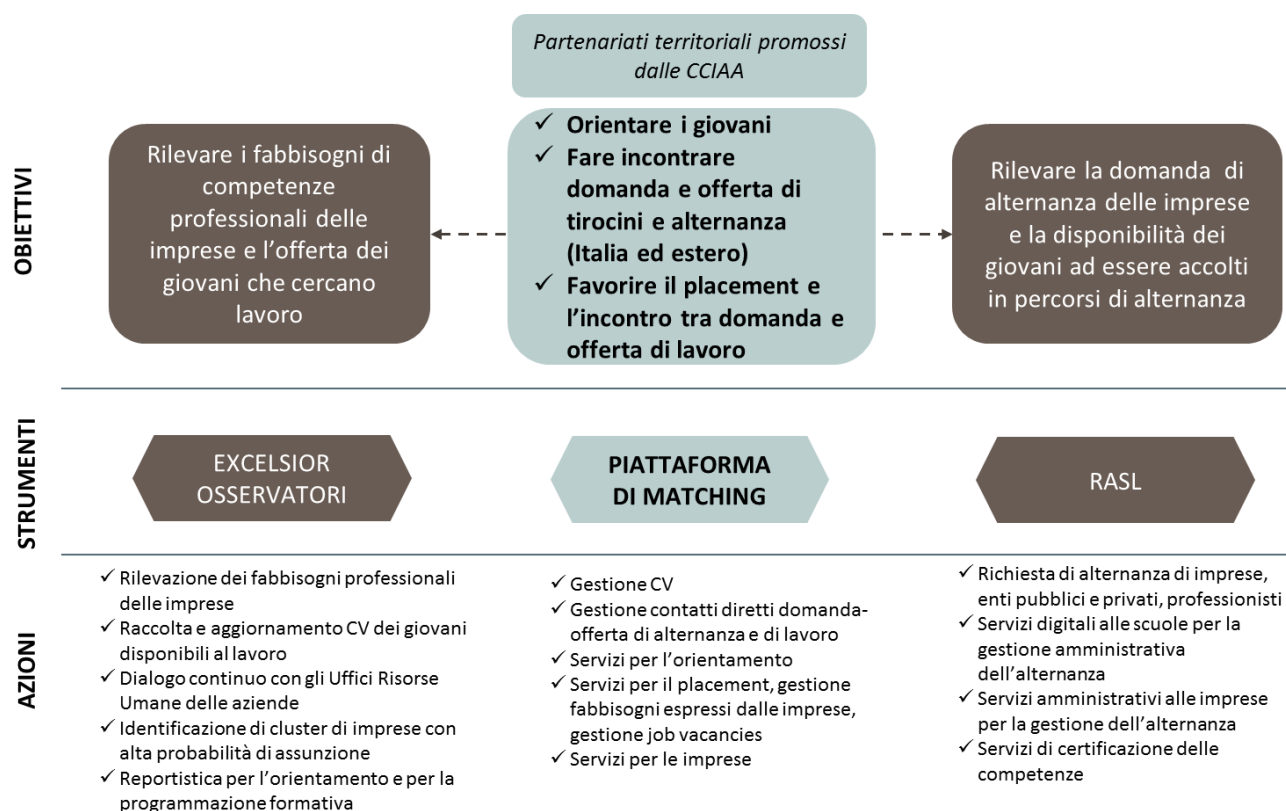
Il presente progetto mette a sistema tutte queste azioni, ne aggiunge di nuove, valorizza il network di tutti gli attori che assieme alla Camera di Commercio di Treviso-Belluno concorrono a lavorare in tema di mercato del lavoro e orientamento. Giova ricordare, al riguardo, che la Camera di Commercio di Treviso-Belluno si avvantaggia:

- 1) Del network dei 18 soci che compongono l'Osservatorio Economico Sociale (associazioni imprenditoriali, sindacati, istituzioni – fra cui Veneto Lavoro e Ufficio Scolastico Territoriale);
- 2) Di una convenzione siglata tra Camera di Commercio di Treviso-Belluno, Camera di Commercio di Venezia e Rovigo Delta Lagunare e Veneto Lavoro specificatamente focalizzata sull'integrazione dei data base di reciproca competenza a supporto delle politiche per l'occupabilità;
- 3) Della convenzione, in fase di perfezionamento, tra Osservatorio Economico Sociale, Camera di Commercio di Treviso-Belluno e Regione Veneto - Area Capitale Umano e Cultura per ricerche anche in tema di mercato del lavoro;
- 4) Del Protocollo stipulato tra l'allora Camera di Commercio di Treviso e l'Ufficio Scolastico Territoriale di Treviso in tema di Responsabilità Sociale d'Impresa;
- 5) Della partnership con l'Istituto "Max Planck" di Villorba, capofila di un Laboratorio Territoriale con un esteso partnerariato di scuole e associazioni

imprenditoriali, di recente ammesso al finanziamento MIUR.

L'animazione di questo *network* trova naturale fulcro nell'Osservatorio stesso, coordinato dal Responsabile del Settore Studi e Statistica della Camera di Commercio, nel quadro delle più ampie azioni di promozione dello sviluppo dell'Area Sviluppo Imprese.

Gli obiettivi sopra illustrati trovano sintesi nello schema seguente:



## 4. GLI OUTPUT PREVISTI

Gli output previsti dal progetto, come si può già comprendere da quanto finora illustrato, sono generati da **processi e funzioni a “profilazione crescente”**: le attività di conoscenza ed a prevalente finalità orientativa fanno da filtro e “qualificazione” dei servizi più direttamente mirati al miglioramento dell’occupazione, attraverso il sostegno a percorsi AS-L, come di incontro domanda/offerta di lavoro, secondo lo schema seguente:



L’insieme degli interventi è concertato e programmato nell’ambito del network di attori di cui al punto 3.

E’ prevista una segmentazione degli output su due livelli:

- definizione di un set di **servizi di base**, ad erogazione obbligatoria e coperti dal diritto annuale, risultato di un bilanciamento tra i fabbisogni dell’utenza camerale, la mission del sistema camerale e le caratteristiche dimensionali delle singole camere;
- declinazione di una serie di **servizi e strumenti aggiuntivi**, non compresi nel set minimo e non coperti dall’attuale diritto annuale, che ancorché di indubbia utilità per le politiche attive del lavoro, sono da considerarsi erogabili solo in funzione di risorse aggiuntive.

I **SERVIZI DI BASE** possono essere ricondotti, per la Camera di Commercio di Treviso-Belluno, alle seguenti attività:

- ❖ analisi, studi e ricerche per il monitoraggio sistematico sul contesto socio-economico ed i fabbisogni professionali e formativi delle imprese
- ❖ attivazione, sviluppo e animazione del network territoriale di riferimento, per la co-progettazione dei percorsi di AS-L, come in generale per favorire più in generale la transizione scuola-lavoro, e scuola-università-lavoro. Con attività funzionali a generare un linguaggio comune tra mondo della scuola e mondo del lavoro in tema di valutazione degli apprendimenti nei contesti lavorativi, come di spendibilità dei saperi formali, appresi a scuola, nei contesti lavorativi;
- ❖ gestione e promozione del Registro per l'alternanza scuola-lavoro, opportunamente arricchito con servizi di natura "gestionale" dei percorsi di alternanza;
- ❖ azioni di informazione e orientamento, multi-target.

Nell'ambito di queste attività saranno valorizzate le competenze del network camerale, oltre che quelle delle strutture collegate (esempio T2I).

I **SERVIZI AGGIUNTIVI** possono essere così sinteticamente riassunti:

- ❖ erogazione di **voucher rivolti alle micro, piccole e medie imprese** che partecipano a percorsi di alternanza scuola lavoro, volti a favorire la progettazione di percorsi "di qualità", coprendo parte delle spese collegate alla gestione amministrativa dei percorsi stessi e l'adeguata qualificazione dei tutor aziendali che dovranno seguire i giovani. Tale attività comprende la gestione dei bandi di selezione, la relativa attività di coordinamento delle imprese, la gestione amministrativa e finanziaria dei voucher stessi, nonché tutti i necessari servizi di supporto ai percorsi operativi connessi, tra i quali le modalità di accreditamento dei soggetti dove tali voucher potranno essere spendibili;
- ❖ **integrazione di tutte le basi informative attualmente disponibili** nel sistema camerale, allo scopo di rendere fruibile a tutti gli operatori istituzionali un patrimonio pressoché unico di conoscenze e competenze da destinare alle politiche attive del lavoro. Questa piattaforma informatica integrata, grazie al network di riferimento della Camera di Commercio di Treviso-Belluno, può trovare concreta sperimentazione in territorio veneto, e poi trovare adeguata standardizzazione e disseminazione a livello nazionale, pur con tutte le adattabilità del caso ai vari contesti territoriali;
- ❖ gestione delle attività e dei servizi connessi alla **gestione della piattaforma**



*informatica*, con riferimento ai processi di informazione, orientamento, formazione, alternanza, *placement*, da profilare a livello locale in funzione delle specificità territoriali;

- ❖ correlata ***formazione professionale del personale camerale***, da collocare a supporto dei vari processi illustrati, compresa l'animazione diffusa dei "network territoriali" per la co-progettazione dei percorsi di AS-L: dopo una fase di coordinamento provinciale sono da prevedere sottogruppi di lavoro per bacini comunali tra imprese, enti, scuole, associazioni, che richiedono una task più allargata di risorse e una lettura più fine dei bisogni territoriali.

La Camera di commercio di Treviso – Belluno nell'ottica della collaborazione avviata con la vicina Camera di commercio di Venezia – Rovigo "Delta – lagunare" con il Protocollo di collaborazione di cui alla delibera n. 12 del 24 gennaio 2017 ricercherà tutte le possibili integrazioni per sviluppare, anche in questo ambito, il modello collaborativo.

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

## 5. IL DIMENSIONAMENTO ECONOMICO

Di seguito descrizione delle spese (non coperte dall'attuale diritto annuale) per ciascuna delle tre annualità (2017, 2018 e 2019):

Descrizione delle spese	Spesa annua (€ x)
<b><u>Personale</u></b> Già computate a preventivo economico CCIAA	0
<b><u>Spese esterne</u></b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>Voucher</b> da erogare a micro e piccole/medie imprese che partecipano ai percorsi di alternanza scuola-lavoro. <i>Il voucher prevede un importo medio di 450 euro ad impresa a copertura delle spese per l'attività dei tutor aziendali, da erogare attraverso bandi pubblici. Il numero delle aziende stimato è 700.</i></li><li>○ <b>Implementazione della piattaforma di matching</b> (attraverso l'evoluzione ed integrazione delle piattaforme camerali già esistenti). <i>La spesa riguarda principalmente lo sviluppo e la gestione dello strumento, nonché le attività di integrazione del patrimonio informativo disponibile.</i></li><li>○ Programmi di <b>formazione</b> continua e qualificazione del personale</li></ul>	315.000  15.000  10.000
<b><u>Azioni di supporto con il sistema universitario anche con azioni di formazione per le scuole secondarie e banche dati curriculari</u></b>	30.000
<b>TOTALE SPESE PER I SERVIZI AGGIUNTIVI</b>	<b>370.000</b>

N.B. da secondo anno i vouchers alle imprese potranno crescere per effetto delle minori spese di avvio

## PROGETTO TURISMO E CULTURA

### “VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE E PROMOZIONE DEL TURISMO NELLA PROVINCIE DI TREVISO E BELLUNO” ( PROPOSTA DEL 25/3/2017)

#### 1. IL QUADRO DI RIFERIMENTO

I sistemi turistici trevigiano e bellunese confermano la loro forte attrattività all'interno del panorama nazionale, grazie ad un'offerta poliedrica che parla ad una sola voce di patrimonio paesaggistico, qualità dei servizi forniti e identità culturale.

Migliaia di turisti italiani e stranieri arrivano in entrambe le province ogni anno, attirati da un'offerta ricca e variegata, espressione della convivenza di tanti tipi di turismo che se da un lato accrescono le potenzialità di un territorio, allo stesso tempo lo impegnano ad agire in maniera sinergica. In uno scenario economico estremamente complesso ed articolato, solo la valorizzazione di una logica di rete consente all'offerta turistica di porsi sul mercato in maniera adeguatamente attrattiva, assolvendo un ruolo strategico per lo sviluppo economico e occupazionale dei sistemi trevigiano e bellunese.

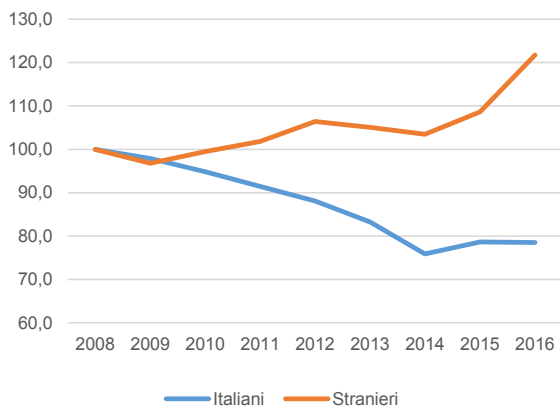
La vocazione turistica del territorio trova conferma nei dati recentemente diffusi dalla Regione Veneto: il 2016 ha visto arrivare nelle due province quasi 2 milioni di turisti, 944 mila a Belluno e 871 mila a Treviso. Le **presenze** hanno sfiorato i **4 milioni a Belluno** e **1,8 milioni a Treviso**, in significativo incremento rispetto all'anno precedente (rispettivamente +3% e +5,2%). Nelle due province si è concentrato nel corso del 2016 quasi il 9% delle presenze di turisti in Veneto. Una quota non trascurabile considerato che Venezia, prima provincia veneta per flussi turistici, registra da sola il 53% delle presenze turistiche regionali.

Nel contesto italiano, sulla base dei dati Istat disponibili al 2015, la classifica regionale conferma al Veneto il primato nelle presenze turistiche (63.257.147, il 16,1% del totale nazionale), registrando un aumento del 2,3% rispetto al 2014. Nel 2015 Belluno si attestava al 25° posto per presenze totali, salendo al 22° per quelle di turisti italiani, mentre Treviso si posiziona al 58° posto per presenze complessive, ma guadagna molte posizioni in termini di presenze di stranieri (44° posto).

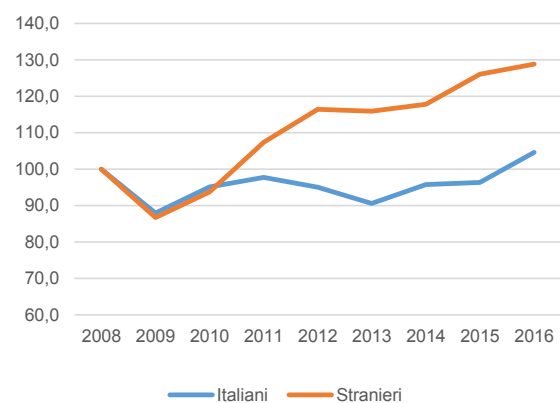
**Arrivi e presenze di turisti italiani e stranieri in provincia di Belluno e di Treviso.**  
**Anni 2015 e 2016 (valori assoluti e variazioni percentuali)**

Tipo dato	Belluno			Treviso			
	2015	2016	Peso % sul Veneto	2015	2016	Peso % sul Veneto	
<i>valori assoluti</i>							
<b>Arrivi</b>	Italiani	577.030	602.803	9,5	391.283	414.097	6,5
	Stranieri	297.258	341.470	3,0	474.081	457.102	4,0
	<b>Totale</b>	<b>874.288</b>	<b>944.273</b>	<b>5,3</b>	<b>865.364</b>	<b>871.199</b>	<b>4,9</b>
<b>Presenze</b>	Italiani	2.832.856	2.826.764	13,2	808.447	877.818	4,1
	Stranieri	1.023.481	1.147.085	2,6	893.529	912.917	2,1
	<b>Totale</b>	<b>3.856.337</b>	<b>3.973.849</b>	<b>6,1</b>	<b>1.701.976</b>	<b>1.790.735</b>	<b>2,7</b>
<i>variazione % annuale</i>							
<b>Arrivi</b>	Italiani	9,8	4,5		3,9	5,8	
	Stranieri	9,3	14,9		10,1	-3,6	
	<b>Totale</b>	<b>9,6</b>	<b>8,0</b>		<b>7,2</b>	<b>0,7</b>	
<b>Presenze</b>	Italiani	3,7	-0,2		0,6	8,6	
	Stranieri	5,0	12,1		7,0	2,2	
	<b>Totale</b>	<b>4,0</b>	<b>3,0</b>		<b>3,9</b>	<b>5,2</b>	

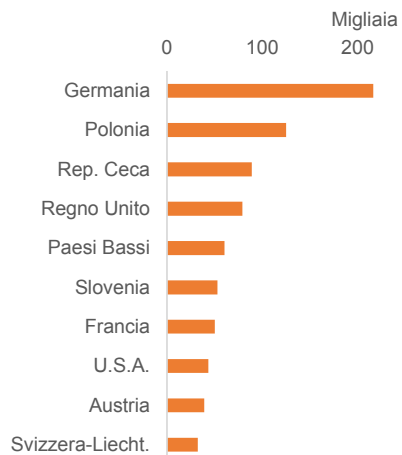
**BELLUNO: Presenze turistiche di italiani e stranieri.**  
**Anni 2008-2016**  
*(Numeri Indice, base 2008=100)*



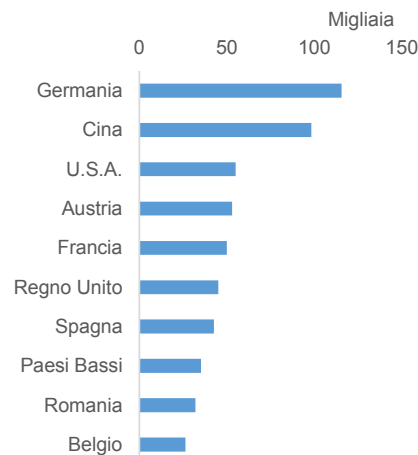
**TREVISO: Presenze turistiche di italiani e stranieri.**  
**Anni 2008-2016**  
*(Numeri Indice, base 2008=100)*



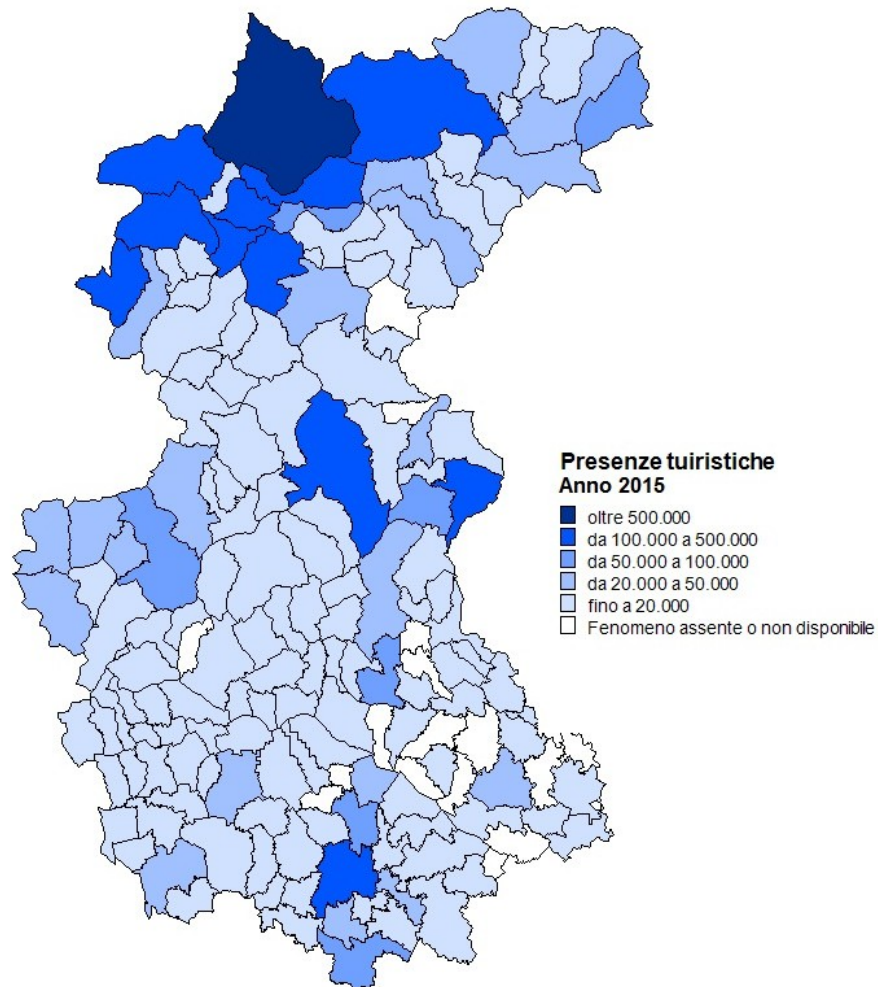
**BELLUNO: Primi dieci Paesi per presenze turistiche nel 2016**



**TREVISO: Primi dieci Paesi per presenze turistiche nel 2016**



## Presenze di turisti nei Comuni delle province di Belluno e di Treviso. Anno 2015



Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso–Belluno su dati Regione Veneto

## 2. IL RUOLO DEL SISTEMA CAMERALE

In tale quadro, la Camera di Commercio di Treviso – Belluno ha svolto e può svolgere ulteriormente, anche alla luce della vigente normativa nazionale e regionale, un ruolo fondamentale quale soggetto capace di valorizzare, attraverso un sistema di servizi e risorse in grado di arricchire un’offerta turistica integrata, i flussi di visitatori (sia presenze che arrivi) nelle due province, creando in particolare nuove opportunità di business per le imprese, rinsaldando le nicchie e peculiarità di mercato, favorendo la permanenza delle attività economiche specialmente nelle

zone montane nonché adeguando l'offerta ai cambiamenti e alle nuove sensibilità della domanda di servizi turistici.

Come accennato, i territori su cui insiste l'azione dell'Ente hanno visto negli ultimi anni un'evoluzione certamente positiva dei movimenti turistici, in un contesto che vede pur sempre differenze, talora significative.

Da un lato e com'è intuibile, si ha un turismo prettamente legato alla montagna (sport invernali, benessere) e, dall'altro lato, destinazioni maggiormente tarate su specificità quali business, leisure, mete religiose.

Esistono però fili e traiettorie comuni, con particolare riferimento alla cultura (città, ville, chiese), ai prodotti tipici (vini, formaggi, artigianato tradizionale, etc.) e agli eventi (fiere, mostre, avvenimenti), riconducibili a tematismi interconnessi (naturalistico, sportivo, enogastronomico, culturale, storico e così via).

Questi fili comuni e proprio la varietà delle attrazioni, la loro diffusione sui territori in questione e il legame con le diverse attività produttive e con specifici aspetti ambientali, esigono un coordinamento generale che agisca sempre più a livello sinergico pubblico-privato, garantendo valorizzazione da un lato, tutela dall'altro, e condizioni generali di fruibilità come carattere primario.

In tal senso e in linea con l'approccio innovativo della recente legislazione regionale in materia turistica (L.R. n. 11 del 14 giugno 2013), la Camera di Commercio di Treviso - Belluno ha recitato una parte di primissimo piano nell'attivazione a livello locale delle Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni (OGD), responsabili per il management ed il marketing della destinazione, attraverso un sistema di servizi e risorse coinvolte nella *governance* dell'offerta turistica integrata.

Nel dettaglio, due sono le OGD su cui insiste l'Ente, con ruoli particolarmente attivi: l'OGD "Città d'arte e Ville Venete del territorio trevigiano" (fondatore e soggetto promotore) e il Consorzio (DMO) DMO "Dolomiti" (fondatore e membro della compagine sociale), in base ai relativi Protocolli d'intesa sottoscritti dalle previste parti pubblica e privata.

La citata legge regionale n. 11/2013 "Sviluppo e sostenibilità del turismo veneto" rappresenta il nuovo quadro di riferimento normativo per il turismo e l'industria turistica regionale, destinata a definire una politica locale che intende promuovere lo sviluppo sostenibile dell'industria turistica in uno scenario di profonda evoluzione dei mercati internazionali, dei profili della domanda e di cambiamento del quadro economico e sociale.

Con questa normativa, il legislatore regionale ha novellato la disciplina e le condizioni di operatività dell'industria turistica, ridefinito la *governance* del complesso sistema turistico regionale, innovato le condizioni di operatività delle strutture ricettive per innalzarne i livelli di qualità offerti, ridefinito ed ampliato le leve di intervento e di incentivazione finanziaria rivolte alle imprese del settore.

Punto centrale è il mercato, nel suo rapporto tra cliente e prodotto: al turista deve essere offerto il miglior prodotto e le migliori condizioni di accesso al territorio veneto, e in questo senso la legge regionale n. 11/2013 introduce un concetto innovativo di prodotto che è costituito dall'organizzazione dell'insieme delle risorse turistiche e dal coordinamento della gamma di offerte di tipo culturale, strutturale e di evento presenti sul territorio regionale.

Il legislatore ha quindi riconosciuto il ruolo e le dimensioni delle destinazioni turistiche del Veneto che nel corso degli anni sono cresciute divenendo località conosciute e riconosciute a livello internazionale per cui ha inteso favorire una migliore organizzazione e gestione delle destinazioni turistiche, partendo dal presupposto che la "destinazione turistica" non è un concetto amministrativo, bensì è identificata come un "contesto geografico" scelto dal turista come meta del proprio viaggio e in cui trova tutte le prestazioni necessarie per il proprio soggiorno.

Per arrivare a questo scopo e come accennato, occorre sinergia e cooperazione tra i soggetti pubblici e privati, e in tale contesto si inserisce il governo delle destinazioni turistiche, ovvero delle località o degli ambiti territoriali nei quali sono presenti un complesso di risorse, infrastrutture e servizi connessi con un prodotto turistico o una gamma di prodotti (articolo 2, comma 1, lettera c della legge regionale n. 11/2013).

Pur nel rispetto dell'autonomia organizzativa dei soggetti promotori e costituenti le OGD, la Regione Veneto, con DGR n. 1661 del 21/10/2016 (pubblicata sul BUR n. 103 del 28/10/2016), ha fissato in modo più preciso le condizioni e i criteri di attuazione delle funzioni di organizzazione e gestione delle destinazioni in capo alle OGD riconosciute dalla Giunta regionale, nonché le modalità di raccordo operativo delle loro attività con quelle della Regione.

In tale cornice dispositiva, la Camera di Commercio di Treviso – Belluno si è candidata, all'interno di un Bando appositamente indetto dalla stessa Regione, quale soggetto pubblico capofila chiamato a perseguire le finalità legate al presidio, organizzazione e gestione della destinazione in parola.

Tali finalità vanno perseguite secondo strategie condivise e con a monte una pianificazione ben calibrata.

Il turismo è uno dei settori che presenta un più elevato effetto moltiplicatore sul territorio delle attività svolte. Nei casi qui in esame questo effetto è amplificato poiché il turismo locale è un turismo di territorio, che si nutre di un sistema di punti di attrazione, di nodi, disseminati su area vasta. Non un unico centro di gravità, ma una galassia di punti. Ecco allora come la filiera turistica sia alla base dello sviluppo futuro del sistema turistico. Una filiera che può e deve integrare settori ed attività differenti, così come soggetti e istituzioni che operano sul territorio. Lo sviluppo di

un turismo integrato significa andare verso un prodotto che è la risultante di una pluralità di componenti, le une dipendenti dalle altre: punti di attrazione, settori, attività, ambienti, attori, norme, ecc., all'interno di un microcosmo locale unico. Ma se, da un lato, questi elementi possono essere rintracciati in altre aree, dall'altro, l'unicità deriva proprio dalla capacità di integrazione tra queste differenti componenti, dalla capacità di sintesi strategica e programmazione. L'integrazione è in questo caso una costruzione in parte artificiale, come le città, gli ambienti urbani, ciascuno dei quali offre una risposta originale alla domanda di prossimità, di collaborazione, di competizione. L'unicità, dunque, si può costruire attraverso una combinazione ed integrazione che metta a valore aggiunto gli elementi naturali presenti con quelli artificiali, i settori del fare con quelli della conoscenza, l'estetica con l'etica dei comportamenti. E' un'opera complessa ma da ciò deriverà la distinzione e l'unicità. Spesso ci si domanda: ma perché dovrei visitare Belluno piuttosto che Treviso? La risposta sta nella composizione di un'offerta integrata innovativa che non c'è da altre parti. L'Ente camerale, in relazione al proprio citato ruolo di capofila e/attore protagonista in seno alle due OGD in parola, avrà il compito di guidare questo processo.

### 3. OBIETTIVI

In attuazione di quanto stabilito nella citata DGR 1661/2016 e come appena sopra accennato, la Camera di Commercio di Treviso - Belluno ha quindi sottoscritto un **Accordo di Collaborazione con la Regione Veneto** impegnandosi a raggiungere i seguenti **obiettivi**, in particolare per l'OGD "Città d'arte e Ville Venete del territorio trevigiano":

- a) la definizione condivisa di un progetto strategico di sviluppo dell'offerta turistica della destinazione che consenta di individuare gli opportuni binomi prodotto/mercato mediante i quali rivolgere offerte specifiche a segmenti mirati della domanda;
- b) il coinvolgimento e il coordinamento di tutti gli attori (pubblici e privati) del territorio e il trasferimento di conoscenze significative in relazione all'innovazione dell'offerta e delle attività marketing per competere sul mercato turistico;
- c) la promozione di azioni volte a sostenere la qualità dell'offerta turistica e la considerazione del vincolo di sostenibilità (economica, sociale, ambientale) dell'offerta turistica;



- d) l'integrazione tra lo sviluppo dell'offerta turistica e le scelte di strategia promozionale e commerciale a livello territoriale;
- e) l'integrazione delle funzioni di informazione, accoglienza, promozione e commercializzazione dell'offerta turistica delle destinazioni anche mediante l'utilizzo della piattaforma di Internet Destination Management System (IDMS) adottata dalla Regione e messa a disposizione di uffici IAT, OGD e Consorzi di imprese;
- f) il raccordo delle funzioni e delle attività dell'OGD con quelle proprie della Regione in ambito turistico e di conoscenza dei flussi turistici.

Circa la DMO "Dolomiti" l'Ente, oltre a far parte della compagine consortile, coordina e opera attivamente nei tavoli di lavoro creati, anche alla luce della recente costituzione di un ufficio unico di progettazione con la Provincia e il Comune di Belluno, per governare in modo sinergico le opportunità che si intendono cogliere, anche alla luce dei programmi comunitari disponibili, per sostenere le tipicità locali, la destagionalizzazione della capacità attrattiva, la riqualificazione delle strutture e infrastrutture ricettive e non nonché per la promozione di un turismo sostenibile anche da un punto di vista ambientale e la salvaguardia e vivibilità dei centri storici della montagna.

La camera di commercio inoltre intende sviluppare un programma di valorizzazione dei principali attrattori turistici del Territorio delle 2 provincie stipulando accordi di collaborazione con i soggetti presenti nel territorio e valorizzando la loro Azione con particolare riguardo all'Area del Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi, Le colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene, i borghi e le città d'arte, i percorsi naturalistici del Sile e del Piave le città d'arte unendo i principali percorsi delle tipicità dei prodotti agroalimentari,

Ulteriore obiettivo è quello di sostenere i principali eventi culturali in particolare le mostre d'arte come veicolo di promozione turistica e di conoscenza del territorio in modo tale che da sviluppare tutti i vantaggi per le imprese in termini di incremento del business.

Infine accompagnare le imprese a riorganizzare il proprio modello di business orientandolo maggiormente alle nuove domande del consumatore.

#### **4. PRINCIPALI AZIONI**

Per raggiungere gli obiettivi indicati, la Camera di Commercio di Treviso - Belluno opera su vari fronti, interni ed esterni, in aggiunta a quanto già chiarito.

In attuazione delle nuove funzioni in tema di **“valorizzazione del patrimonio culturale nonché sviluppo e promozione del turismo”**, attribuite agli enti camerali dal D.Lgs. 25 novembre 2016, n. 219, la Camera di Commercio ha in primis rinsaldato i rapporti, lavorando a stretto contatto, con i vari soggetti che hanno competenze sul tema, tra cui i GAL (Gruppi di azione Locale) – anche recentemente aderendo ex novo al GAL “Alto Bellunese” – e il Consorzio di promozione turistica “Marca Treviso”, sempre più riconosciuto quale principale interlocutore anche a livello regionale.

Quindi, l’Ente ha lanciato la propria candidatura quale nuovo *leader project* del progetto denominato “ITAT2011 – FOUTURIST – Promozione del patrimonio naturale e culturale alpino attraverso iniziative open air sportive, turistiche e sostenibili”, presentato nelle linee di finanziamento del primo avviso del programma Interreg V–A Italia Austria. Tale progetto – la cui conclusione è prevista il 30 aprile 2019 - è stato presentato nell’asse prioritario 2 “Natura e cultura” del primo avviso del bando 2016 Interreg e ha come obiettivo tematico quello di preservare e tutelare l’ambiente e promuovere l’uso efficiente delle risorse. La criticità sulla quale si vuole intervenire è la particolarità dell’area con la sua varietà naturale alpina unica e particolarmente sensibile ai cambiamenti climatici sia in estate che in inverno. Viene quindi considerato come prioritario l’impegno degli operatori del territorio e del turismo, che è il settore economico più rilevante, nell’assumere un ruolo di responsabilità nella tutela e valorizzazione del patrimonio naturale e culturale, favorendo la conservazione dell’asset naturale assieme alla sua fruizione soft e incrementando le presenze di turisti europei ed extraeuropei. FUTOURIST, applicato in località alpine meno note e sconosciute al turismo di massa che si prestano perfettamente a nuovi format turistici, sperimenta un business plan comune in 3 territori (Provincia di Belluno, Asiago, Tirolo) per promuovere un tipo di turismo “soft”, emozionale e tematico, distante dallo sfruttamento di massa delle infrastrutture montane (es: impianti di risalita) e che va di pari passo con la cura e conservazione dei preziosi gioielli della natura e con l'educazione ambientale. Con la tutela del biotopo e l'educazione ambientale infatti si creano ambienti in cui l'uomo ha la possibilità di ricaricare le sue energie emozionali e mentali sperimentando così benessere fisico e mentale. Un turismo CO2-free, in grado di intercettare l'interesse di una quota sempre maggiore di visitatori stranieri, in particolare presso mercati emergenti che mostrano interesse verso modalità di fruizione della montagna legate ad attività outdoor.

In parallelo e in relazione all’apertura **del nuovo Museo Fulcis**, situato nel Centro storico di Belluno, l’Ente ha avviato una proficua collaborazione con istituzioni e categorie economiche locali per condividere e attuare un importante piano promozionale messo a punto in concomitanza con l’apertura del Museo stesso: il successo di tale apertura e degli eventi in programma induce a preventivare sin

**d'ora nuove attività a supporto.**

Va altresì sottolineato l'impegno profuso – sin dal 2014 - nell'ambito del progetto per la candidatura a sito Unesco del “Paesaggio delle colline di Conegliano-Valdobbiadene”, su proposta del relativo Comitato promotore – di cui anche l'Ente camerale ha fatto parte – poi trasfuso nell'Associazione Temporanea di Scopo (ATS) “Colline di Conegliano e Valdobbiadene Patrimonio dell'Umanità”, quale soggetto incaricato principalmente di:

- attivare un qualificato gruppo di lavoro per l'elaborazione del dossier di candidatura;
- coinvolgere la popolazione locale e i portatori di interesse;
- recepire nel dossier di candidatura le eventuali prescrizioni richieste in fase istruttoria;
- svolgere ogni altra attività necessaria e funzionale al perseguimento dello scopo di ottenere il riconoscimento Unesco.

L'Associazione in parola ha fattivamente operato per raggiungere gli obiettivi prefissati, anche grazie al contributo economico di questo Ente oltre che grazie all'impegno dei propri rappresentanti nel Consiglio direttivo e nel gruppo tecnico appositamente attivato.

Sino ad oggi l'ATS ha in particolare agito per l'ottimale preparazione del fondamentale dossier di candidatura – grazie al supporto di numerosi professionisti e interfacciandosi costantemente con i Ministeri competenti – e ha condotto un'intensa campagna di sensibilizzazione indirizzata ai portatori d'interesse, alle scuole e alla popolazione dell'area candidata. La gestione di tale campagna è stata in parte svolta direttamente dall'ATS, in parte dall'Osservatorio per il Paesaggio dell'Alta Marca Trevigiana.

L'ultimo biennio è stato altresì particolarmente utile per la sperimentazione di un'adeguata forma organizzativa, sia per i meccanismi di *governance* e l'eventuale struttura che gestirà, in caso di esito positivo, la candidatura, sia per l'organizzazione delle attività di concertazione, consultazione e sensibilizzazione che dovranno continuare ad accompagnare sia il lavoro di candidatura, che successivamente l'eventuale gestione del sito.

Il 2016 è stato dunque l'anno di fondamentale importanza per l'iter – invero assai complesso - di candidatura: si è conclusa, infatti, la redazione del relativo dossier, che ha superato nello scorso mese di gennaio il vaglio della Commissione Nazionale Italiana per l'UNESCO. Le colline di Conegliano e Valdobbiadene sono dunque ufficialmente candidate a diventare sito UNESCO: il Centro del Patrimonio Mondiale, per il ciclo internazionale di valutazione 2017/2018, sarà chiamato alla decisione finale in merito entro il 2018.

Ciò significa che le attività volte a informare e a coinvolgere sui temi Unesco la popolazione locale e gli *stakeholder* sono di particolare ulteriore importanza – tanto più in questa fase - per il prosieguo della candidatura sul piano territoriale e per la indiretta sensibilizzazione su quello nazionale e internazionale. Anche su questo fronte, l'azione della Camera di Commercio di Treviso – Belluno sarà una volta in più determinante, dovendosi considerare la convergenza dei molti interessi imprenditoriali, sociali, culturali e turistici.

#### **4.1 VALORIZZAZIONE E POTENZIAMENTO ATTIVITÀ TURISTICO-CULTURALI LEGATE ALLA PRODUZIONE AGROALIMENTARE**

Nelle province di Belluno e di Treviso l'idea di uno sviluppo turistico integrato, in cui le eccellenze del tessuto economico fungano da volano per attrarre visitatori, è confermata dall'esistenza di una relazione virtuosa tra turismo e mercati di destinazione di alcune produzioni d'eccellenza del nostro *made in*.

Nel 2016 il comparto agroalimentare (prodotti agricoli, alimentari, vino) delle due province ha esportato merci per 1,2 miliardi di euro. Le esportazioni risultano in crescita in entrambe le province rispetto all'anno precedente, nonostante il perdurante periodo di crisi internazionale. Nel 2016 le vendite di prodotti agroalimentari bellunesi crescono del +27,8% rispetto all'anno precedente, mentre a Treviso la crescita si ferma al +1,1% a causa di un rallentamento subito dai prodotti alimentari da imputare quasi esclusivamente ad una ridefinizione dei flussi in uscita della filiera verso altra provincia veneta, con specifico riferimento al settore dei prodotti per l'alimentazione degli animali nonché degli oli e grassi vegetali e animali. Continua a crescere a due cifre, per Treviso, il settore delle bevande (+12%).

L'analisi dei principali partner commerciali evidenzia delle analogie con la graduatoria dei Paesi di provenienza dei turisti stranieri nelle due province.

Il 19% dell'export agroalimentare trevigiano del 2016 ha, infatti, come destinazione la Germania che occupa il primo posto anche per quanto riguarda le provenienze dei turisti stranieri in provincia (115.641 unità), totalizzando quasi il 13% delle presenze turistiche estere nel territorio trevigiano. Tale coincidenza è valida anche con riferimento agli Stati Uniti che si trova al 3° posto sia nella graduatoria per mercati di destinazione delle esportazioni agroalimentari trevigiane che in quella delle presenze turistiche straniere in provincia.

Analoghe considerazioni possono essere fatte anche per quanto riguarda la provincia di Belluno che vede il terzo posto della classifica dell'export agroalimentare occupato dalla Polonia, mercato che nel 2016 registra invece il secondo maggior numero di presenze turistiche straniere nella provincia (124.944

unità, l'11% delle presenze turistiche estere nel territorio bellunese), dopo la Germania. Anche il Regno Unito si presenta nelle prime posizioni di entrambe le graduatorie, rispettivamente al primo posto per export agroalimentare nel 2016 ed al quarto posto per presenze turistiche straniere in provincia (79.215 unità, il 7%).

Con riferimento alla capacità ricettiva si contano in provincia di Treviso quasi 1.200 strutture ricettive che offrono oltre 17.000 posti letto mentre in provincia di Belluno le strutture ricettive raggiungono quasi le 10.800 unità per un totale di oltre 87.000 posti letto complessivi.

Da segnalare inoltre il ruolo preponderante che ha assunto l'offerta agrituristica negli ultimi anni sia con riferimento agli agriturismi complessivi sia con riferimento a quelli specifici con alloggio. La provincia di Treviso vanta ben 305 agriturismi di cui 176 autorizzati all'alloggio; in provincia di Belluno si contano invece 137 agriturismi di cui 73 unità con alloggio.

## **DISTRETTO DEL PROSECCO: PRODUZIONE-EXPORT-TURISMO**

Prendendo in considerazione, nell'ambito del settore agro-alimentare, il comparto dei vini spumanti, il Conegliano Valdobbiadene Docg si è contraddistinto, nel corso del 2015, con delle ottime performance di mercato, segnalando migliori tassi di crescita sia a valore che a volume. In particolare il valore della produzione è stato stimato pari a 445,7 milioni di euro corrispondente ad un volume della produzione imbottigliata pari a 83,7 milioni di bottiglie. La produzione della Docg ha mostrato quindi una crescita del 10% a valore e del 6% a volume rispetto al 2014.

La produzione del Conegliano Valdobbiadene Docg ha tradizionalmente sbocchi importanti sia in Italia che nei mercati esteri. Nel 2015 la quota di produzione destinata all'Italia è stata pari a circa il 60% della produzione mentre le esportazioni hanno assorbito il restante 40%.

Nel 2015, il posizionamento di mercato dello Spumante Docg si è ulteriormente rafforzato sullo scenario competitivo internazionale. Il valore della produzione stimato ha raggiunto i 157,4 milioni di euro associato ad un volume di 32,1 milioni di bottiglie. Rispetto al 2014, in termini di valore, le esportazioni hanno registrato un +7,5%.

Il mercato europeo si è confermato come prima area di assorbimento dell'export con vendite pari a 129 milioni di euro relativo ad oltre 26 milioni di bottiglie (67% del totale export). Relativamente allo Spumante Docg, i Paesi europei hanno registrato una significativa crescita del valore della produzione assorbita (+8%).

Anche sul mercato dei Paesi extra europei lo Spumante Docg ha registrato un aumento del valore dell'export rispetto al 2014, raggiungendo un valore della produzione pari ad oltre 28 milioni di euro (quasi 6 milioni di bottiglie) che rappresenta il 33% del totale export. Nel suo complesso il mercato extra europeo ha

mostrato un incremento delle vendite pari ad un +5,2% del valore della produzione e del +3,8% di quello delle vendite in bottiglia.

Tra i mercati esteri tradizionali (vale a dire i mercati importatori dove la presenza del Prosecco Docg è ormai consolidata) si evidenzia:

- la Germania che assorbe circa il 21% del totale esportazioni (valore della produzione pari a 35 milioni di euro relativo ad un volume di 6,7 milioni di bottiglie);
- la Svizzera (3° mercato d'esportazione) con un valore della produzione di oltre 28 milioni di euro e 6,4 milioni di bottiglie;
- l'Austria (6° mercato d'esportazione) con un valore della produzione pari a 7,8 milioni di euro e 1,6 milioni di bottiglie.

Relativamente ai mercati strategici (vale a dire i mercati importatori dove lo spumante Docg sta mostrando migliori tassi di crescita):

- il Regno Unito (2° mercato) con un valore della produzione pari ad oltre 30 milioni di euro e quasi 6 milioni di bottiglie;
- gli Stati Uniti (4° mercato) con un volume d'affari pari a 12,8 milioni di euro corrispondente a 2,8 milioni di bottiglie;
- il Benelux (5° mercato) con un volume della produzione di 8,6 milioni di euro; 1,8 milioni di bottiglie.

In termini di rapporto con il territorio, è parso interessante analizzare le dinamiche del turismo nel distretto del Prosecco di Conegliano-Valdobbiadene. Nei 15 comuni inclusi si sono contati complessivamente, nel 2015, 126.892 arrivi e 265.812 presenze, circa il 15% del movimento turistico registrato nell'intera provincia di Treviso. Gli arrivi (su base annua) sono cresciuti dell'8% e le presenze del 3%, confermando la dinamica positiva già rilevata nel 2014 rispetto al 2013. L'aumento è stato più consistente per il mercato straniero (+11,3% negli arrivi e +7,1% nelle presenze) mentre la domanda italiana è ancora debole (+5,7% gli arrivi ma solo +0,1% le presenze).

Nel Distretto la domanda italiana prevale sulla straniera tanto che rappresenta il 57,8% degli arrivi ed il 53,2% delle presenze complessive. Riguardo ai principali mercati di provenienza, prevalgono il mercato tedesco ed austriaco seguiti da quello inglese e francese. Anche se con quote di mercato inferiori si distinguono inoltre il mercato statunitense e quello cinese.

Nel Distretto sono presenti 211 strutture ricettive di cui 38 nel comparto alberghiero ed il rimanente nel comparto complementare. In particolare l'offerta extralberghiera è composta soprattutto da B&B (80 unità) e da agriturismi (61 unità).

Ad integrazione dell'offerta turistica si contano inoltre 1.052 unità attive nella ristorazione (oltre il 19% dell'offerta ristorativa provinciale).

Nel distretto inoltre, la presenza delle cantine viene valorizzata con l'organizzazione di visite strutturate e arricchite sempre più di elementi esperienziali per rispondere alle richieste di una domanda di turisti e di residenti sempre più interessata agli elementi di autenticità (oltre l'87% degli operatori del settore svolge annualmente visite alla cantina ed oltre il 68% visite al vigneto). Nel 2015 i visitatori delle cantine sono stati 311.429 (+6% rispetto al 2014); la media dei visitatori l'anno per cantina è stata di circa 1.800 visitatori contro i circa 1.700 del 2014.

Sulla base di tali considerazioni e come riportato nel Piano Strategico nazionale di Sviluppo del Turismo – PST 2017-2022, la valorizzazione delle eccellenze del Made in Italy è sempre più necessaria per garantire la omogenea distribuzione dei flussi turistici durante tutto l'anno. L'attrattività dei territori può pertanto essere legata anche alla filiera enogastronomica, quale driver fondamentale dell'immagine, identità e attrattività dell'Italia, nel sistema turistico globale. In tale ambito la ristorazione, come interfaccia diretta del turista verso il mondo dell'enogastronomia, non solo rappresenta il valore aggiunto della destinazione ma si conferma fattore propulsivo dell'intera filiera agro-alimentare.

Partendo dalle suddette considerazioni e con l'obiettivo di cogliere l'opportunità di implementare azioni efficaci di marketing rivolte a un pubblico nazionale e internazionale, la Camera di Commercio di Treviso – Belluno, anche in virtuosa sinergia con le Consorelle, reciterà un ruolo attivo per l'attrazione e l'*incoming* turistico, coinvolgendo i Consorzi di tutela e le Associazioni interessate, a tutto beneficio dell'economia locale.

#### **4.2 POTENZIARE L'ATTIVITA' DI CONOSCENZA E DI ANALISI DA METTERE A DISPOSIZIONE DELLA COMUNITA' DELLE IMPRESE DEL TERRITORIO**

In questo contesto la Camera di commercio attraverso l'Osservatorio Economico e Sociale che coinvolge istituzioni pubbliche, Organismi associativi di categoria, i Sindacati intende potenziare l'analisi dei fattori economici legati all'economia Turistica offrendo ai decisori locali elementi utili per indirizzare le proprie politiche.

Proprio recentemente nell'ambito di un accordo di collaborazione con la Provincia di Belluno è emersa la necessità di supportare i bando di incentivi alle imprese, offrendo modelli sostenibili collegati a business innovativi, creativi e solidali in particolare per favorire il mantenimento delle aree montane delle attività economiche e di servizio e per sostenere lo sviluppo della nuova che consente di mantenere nel territorio le giovani generazioni.

La Camera di commercio di Treviso – Belluno nell'ottica della collaborazione avviata con la vicina Camera di commercio di Venezia – Rovigo “Delta – lagunare” con il Protocollo di collaborazione di cui alla delibera n. del                      ricercherà tutte le

possibili integrazioni per sviluppare, anche in questo ambito, il modello collaborativo.

## 5. RISORSE FINANZIARE ANNUE DEL PROGETTO (ANNI 2017-2019)

<b>BUDGET - I costi si intendono IVA compresa, se dovuta</b>		
<b>Costi interni (personale)</b> sono a carico del Preventivo Economico della Camera di commercio	<i>euro</i>	-
<b>Costi esterni:</b>		
1) organizzazioni di gestione della destinazione	<i>euro</i>	60.000,00
2) valorizzazione e potenziamento attività turistico-culturali legate alla produzione agroalimentare	<i>euro</i>	75.000,00
3) Sostegno agli attrattori turistico-culturali delle Province di Treviso e Belluno	<i>euro</i>	150.000,00
4) sostegno a programmi di valorizzazione dei Siti Unesco Nazionali	<i>euro</i>	55.000,00
5) Attività di analisi e studio del territorio attraverso il potenziamento dell'Osservatorio Economico Sociale	<i>euro</i>	60.000,00
<b>TOTALE</b>		<b>400.000,00</b>
<b>SPESE GENERALI</b> (sono a carico del Preventivo Economico della Camera di commercio)	<i>euro</i>	-
<b>TOTALE COSTI PROGETTO</b>	<b>EURO</b>	<b>400.000,00</b>

Il Budget previsto si riferisce alla prima annualità sarà rivisto negli anni successivi in relazione alle azioni da programmare.